2052
40ste JAARG.



robbedoes

WEEKBLAD 11-8-77 / 52 BLZ. / BELGIË : 20 F
NEDERLAND: FL.1,35 / ABONNEES: FL.1,20

compleet verhaal uit hogere sferen: ASTEROÏDE 2024 !



LEEFTIJD 508 JAAR

Wie was het kind dat de Inca's op de top van de Loodberg in Chili offerden? Waarom moest dat kind geofferd worden en waarom op zo'n hooggelegen plaats (5000 meter)? En hoe is het mogelijk dat het stoffelijk overschot van het kind zo goed bewaard kon blijven?

EEN ONTHUTSENDE VONDST:

Op 16 februari 1954 dienden twee mannen zich aan bij het Natuurhistorisch Museum van Santiago om een belangrijke archeologische vondst te melden die ze hadden gedaan op de berg " El Plomo " (de Loodberg) in het Chileense bergland. Tegenover de conservator van het museum, een zekere signor Mostny, verklaarden ze het volgende:

Toen de twee een " pirca " doorzochten, een kleine steenconstructie die vlak tegen de top van een berg aan wordt gebouwd, ontdekten ze daarin een aarden graf waarin een uitzonderlijk goed geconserveerde mummie, die ze tegen een behoorlijke prijs best wilden afstaan.

De conservator van het museum toonde wel interesse, ging met de beide mannen mee naar het dorp en kocht de mummie met nog een paar andere voorwerpen die in het graf lagen tegen de belachelijk lage prijs van 45.000 pesos.

Al gauw ontdekte signor Mostny dat de mummie helemaal geen mummie was maar het BEVRОREN lichaam van een Inca-kind... en wel zo goed geconserveerd dat 't bijna leek te SLAPEN! Toch bewees gedegen onderzoek dat het ongeveer acht jaar oude kind VIJF EEUWEN daarvoor was omgekomen!

De staat waarin het lichaam verkeerde was echter zo wonderbaarlijk goed bewaard gebleven dat het nog zacht en soepel was. Maar eenmaal in een gekoelde ruimte van het museum, trad er snel een verhardingsproces in op. Daarop werd het stoffelijk overschot snel overgebracht naar 'n ruimte met een normale temperatuur en vochtigheidsgraad. Toch is die bijzonder goede conservatie wel te verklaren: Het kind werd op meer dan 5000 meter hoogte gevonden, een hoogte waar de lucht ijl is, terwijl bevroren aarde, zoals bekend, een van de beste bewaarplaatsen is die je maar kunt denken. Vandaar dat het kind, vijfhonderdjaar na overlijden, als vlak na z'n dood tevoorschijn kon worden gebracht.

GEOFFERD

Zoals je vandaag de dag nog steeds kunt zien, zit het gevonden kind in de typische precolumbiaanse mummie-houding: de knieën opgetrokken tegen de borst. Het gezicht werd door de offeraars met een rode kleustof behandeld en vertoont duidelijk mongoloïde trekken. Lange zwarte haren reiken bijna tot op de schouders. De huid van het kind is donkerbruin, vooral op die plaatsen waar die niet door kleding tegen de zon werd beschermd. Die kleding vormt trouwens een probleem. Die vertoont weinig overeenkomst met de kleding zoals we die normaal van de Inca's kennen. Sommigen concluderen daaruit dat die kleine geen Inca was.

Hoe het ook zij, het kind is geen natuurlijke dood gestorven. Het staat wel vast dat het werd geofferd. Röntgenonderzoek heeft nergens uit- of inwendig letsel aan het licht gebracht, waaruit men de conclusie heeft getrokken, dat het kind levend moet zijn begraven. Het heeft echter niet geleden. Waarschijnlijk heeft het eerste een sterk vergift te drinken gekregen waarna het in het aardengraf werd begraven waar de kou het werk afmaakte voordat het kind weer tot bewustzijn kon komen. Blijft nog altijd die vraag: waarom zo hoog?

Op die vraag is een eenvoudig antwoord. Zoals alle volkeren uit het precolumbiaanse Amerika, hadden de Inca's diep ontzag voor de bergen. Hoe hoger, hoe heiliger, zou je kunnen zeggen. En hoe hoger een offer werd gebracht, hoe meer kans dat de Goden het zouden zien en aanvaarden.

Het " waarom " van de dood van dit kind vereist wel wat gissen, maar algemeen wordt aangenomen dat ook de Inca's iemand van hun eigen volk offerden aan de vooravond van gewichtige gebeurtenissen. De dood van een van hun, zou dan de overwinning voor de rest afdwingen. Veel offeren deden de Inca's echter niet en het offerritueel was veel minder wreed en bloederig dan bijvoorbeeld dat van de Azteken.

Maar wat maakt dit kind van de Loodberg dan tot een van de raadsels van onze aarde? We weten er toch eigenlijk best veel van? Dat wel... maar nog lang niet alles.

GEOFFERD OF... GEVANGEN

Er zijn verschillende aanwijzingen dat het gevonden kind geen Inca was of überhaupt afkomstig uit Chili. Eerst al de afwijkende kleding en dan z'n haar waarin een band waaruit weer een wollen koord hing met condorveren erop. Zo'n kapsel heeft men nooit bij de Inca's aangetroffen die een heel ander soort kapsel droegen dat ze onder geen enkele voorwaarde mochten veranderen! Verdere kledingstukken en de moccassins vertoonden sterke overeenkomst met die van de Indianen op de hoogvlakten van Peru en Bolivia, 'n dikke duizend kilometer verder. Zou dit kind soms een gevangene van de Inca's zijn geweest ?!

Zowel kleding als de voorwerpen die in het graf werden aangetroffen maakten het onwaarschijnlijk dat het kind behoorde tot de hogere Inca-klasse, waaruit de doodskandidaten steevast werden gekozen. Waarom het kind dan wel de dood moest vinden, daarover zwijgt de Loodberg wellicht nog eens 500 jaar.

Tekst: Michel de Bom
Tekening: Bosse

woefie

BLESTEAU







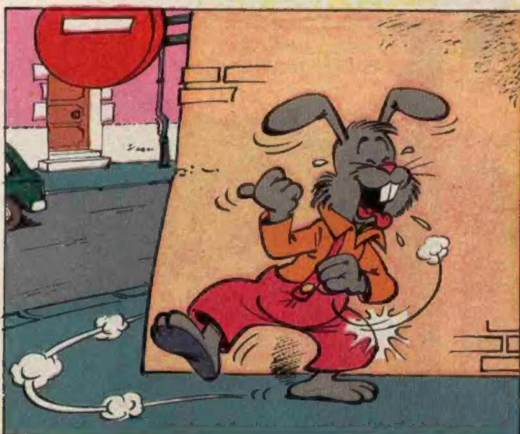














Blesteau

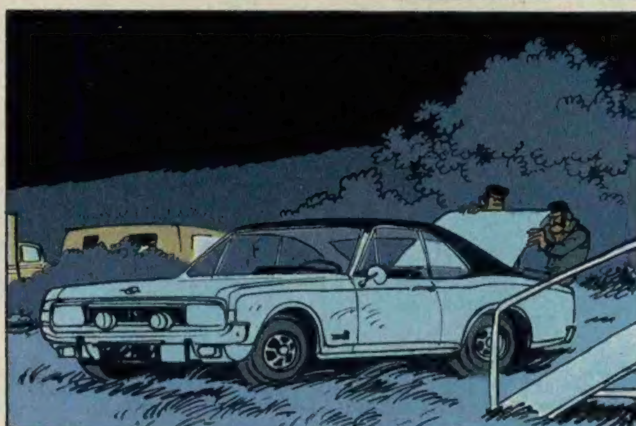
In het holst van de nacht snuffelen Baard en Kale bij het circus waar de " verongelukte " stuntrijder werkte.

Baard&Kale



























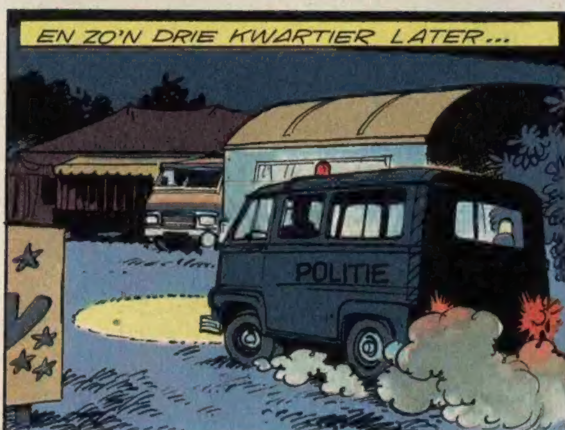
DE LAATSTE STUNT

Will
Tillieux · Desberg





















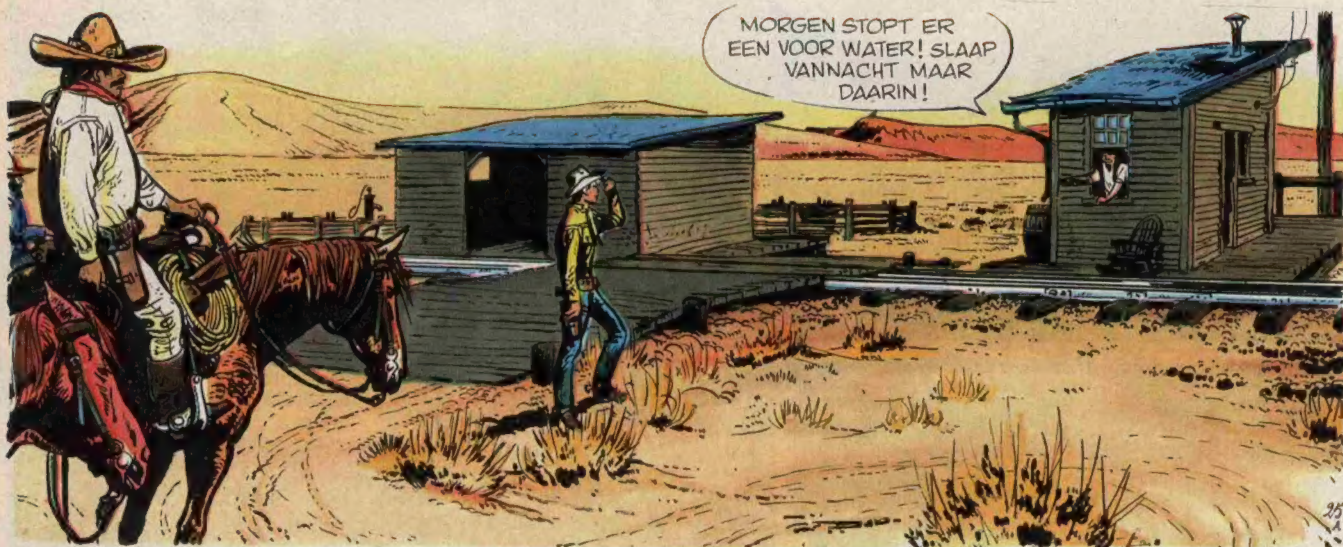


wordt vervolgd

Spring, Pancho en de baron willen samen naar Europa, naar Zwitserland... naar tante Leonie..

JERRY SPRING



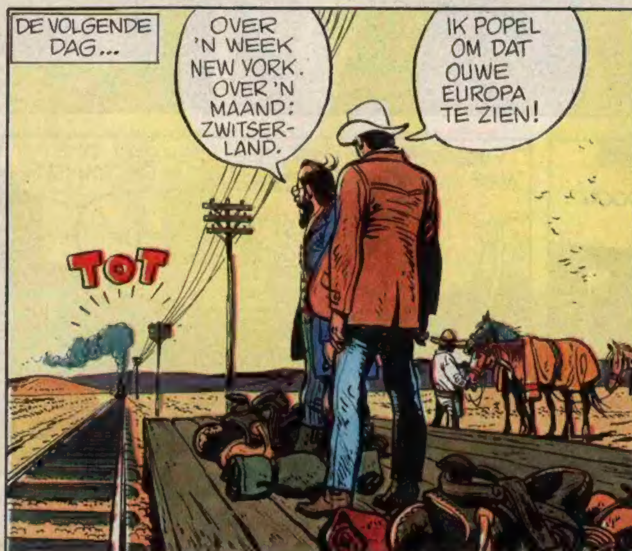














GROTE VREDESPIJP

Jijé
Philip

















wordt vervolgd

De verhuurder van het chalet heeft Joris ingelicht over geheimzinnige gebeurtenissen in het Todes Gebirge...

Joris Jasper tegen





















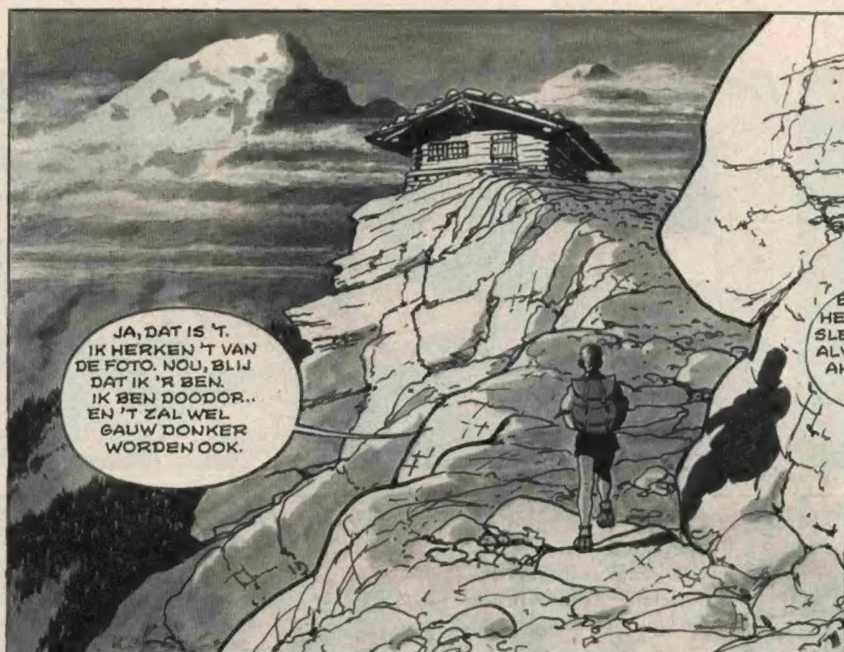








HET DREIGENDE MEER





















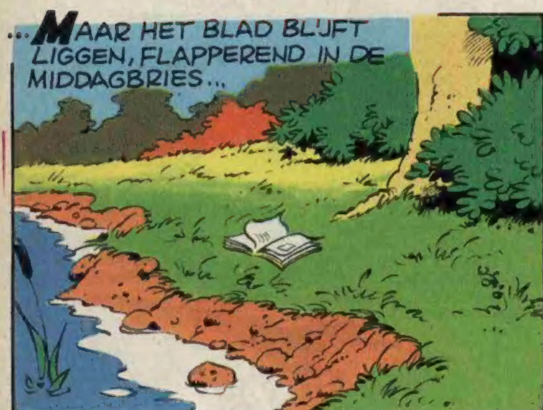


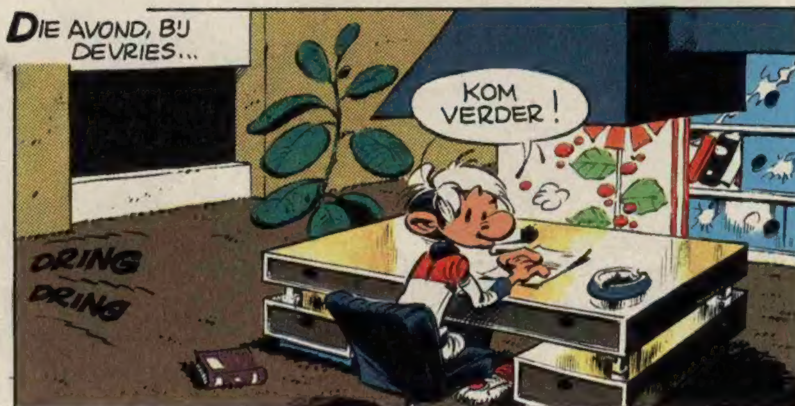


Devries leest over de beruchte Driehoek des Doods. Een vreemd vliegend voorwerp landt bij de vijver.

de mini-mensjes





















DE △ DES DOODS

Seron
Mittéï



















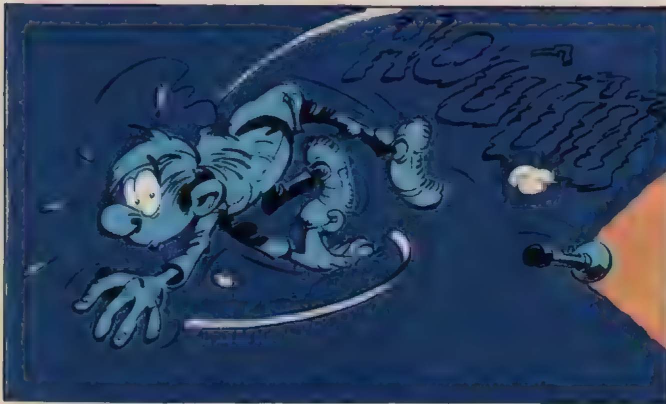
vervolg

de mini-mensjes





















DE △ DES DOODS

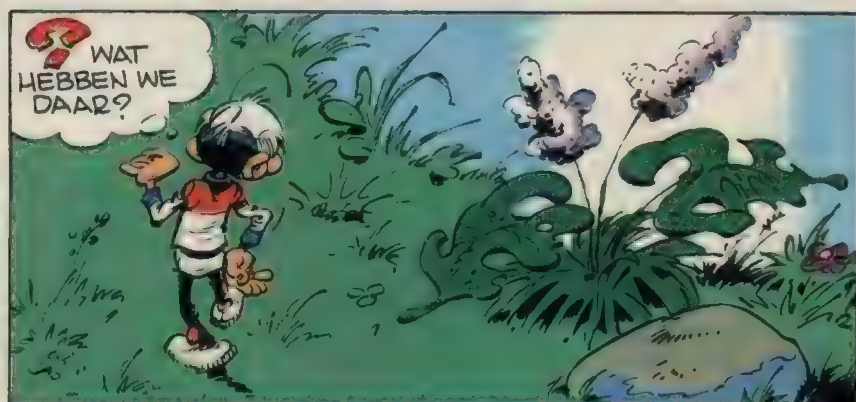
Seron
Mitteï

















vervolg

de mini-mensjes



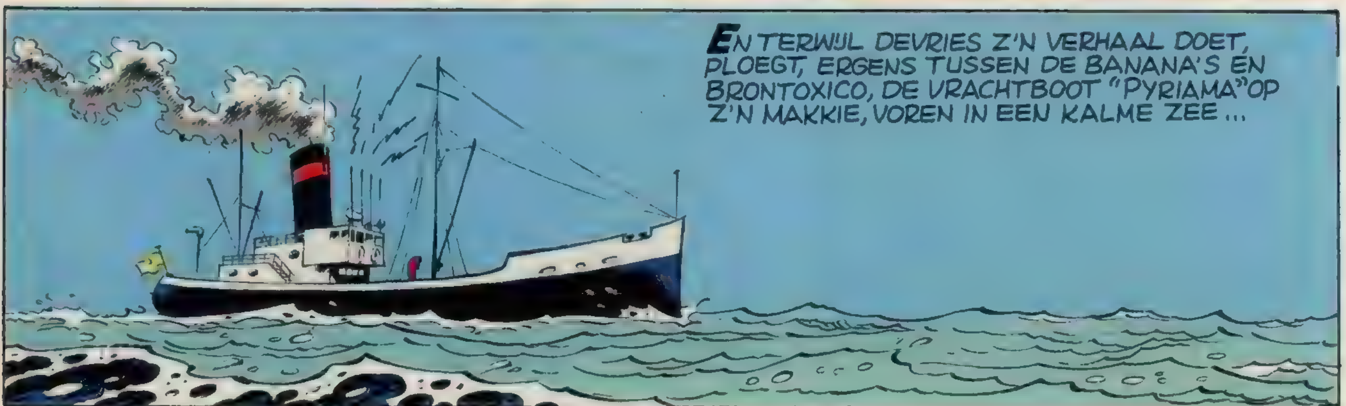


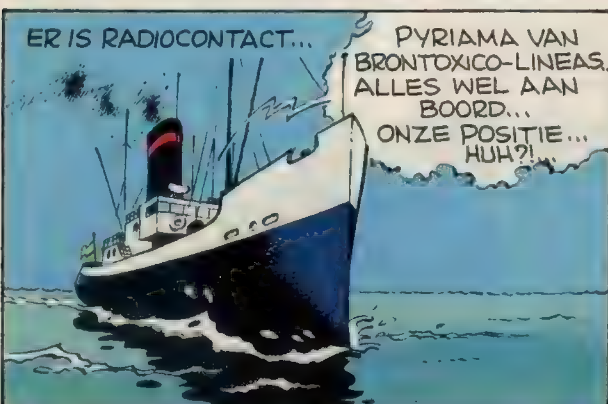
* ZIE: SOLDATEN UIT HET VERLEDEN.













wordt vervolgd

Een gratis vergrootglas

in elke Scotch Magic afroller



...en 4 goocheltoeren op keerzijde van elke kaart!

De gehoorzame sigaret, de ring die blijft hangen, het brandende suikerklontje, het teruggevonden muntstuk.



Scotch® Magic

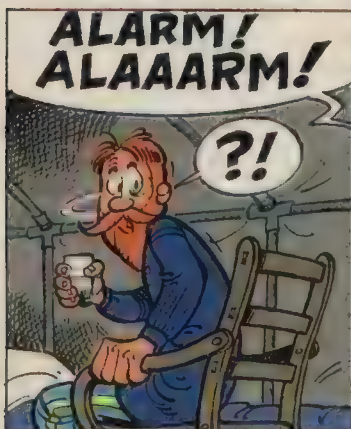
de enige plakband die onzichtbaar wordt zodra hij kleeft en men kan er zelfs op schrijven.

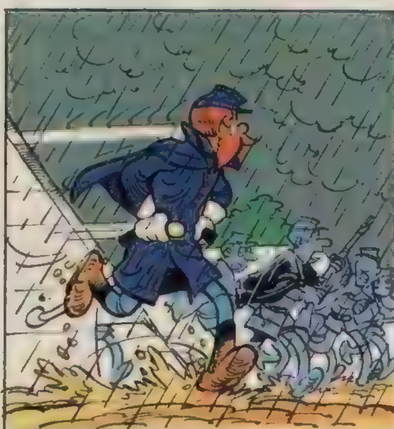
3M

Masius & D'Arcy-MacManus 2182

De Zuidelijken vallen op een uiterst ongelukkig moment aan. Blutch verdenkt " Johan " van spionage...

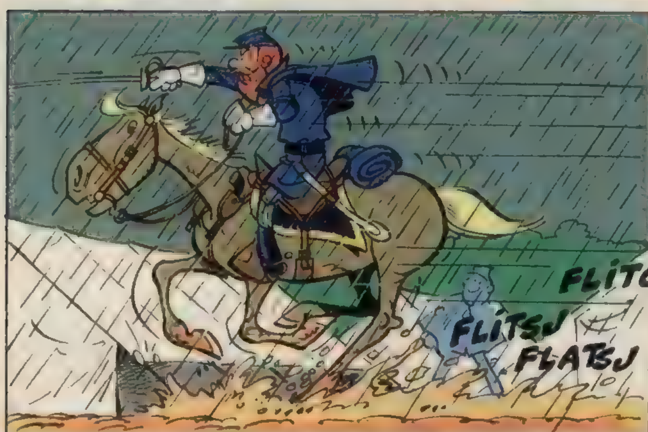
DE BLAUWBLOEZEN

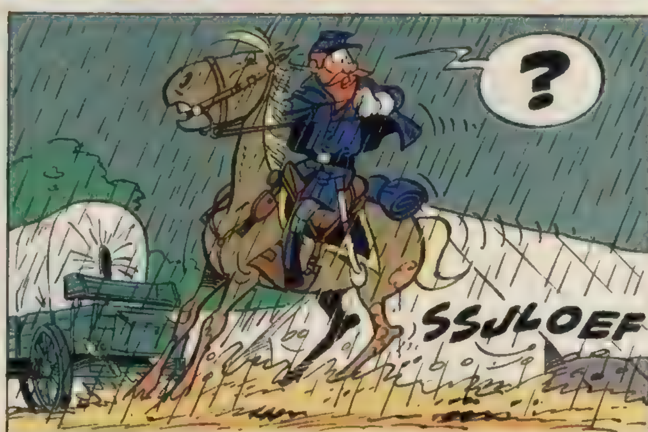












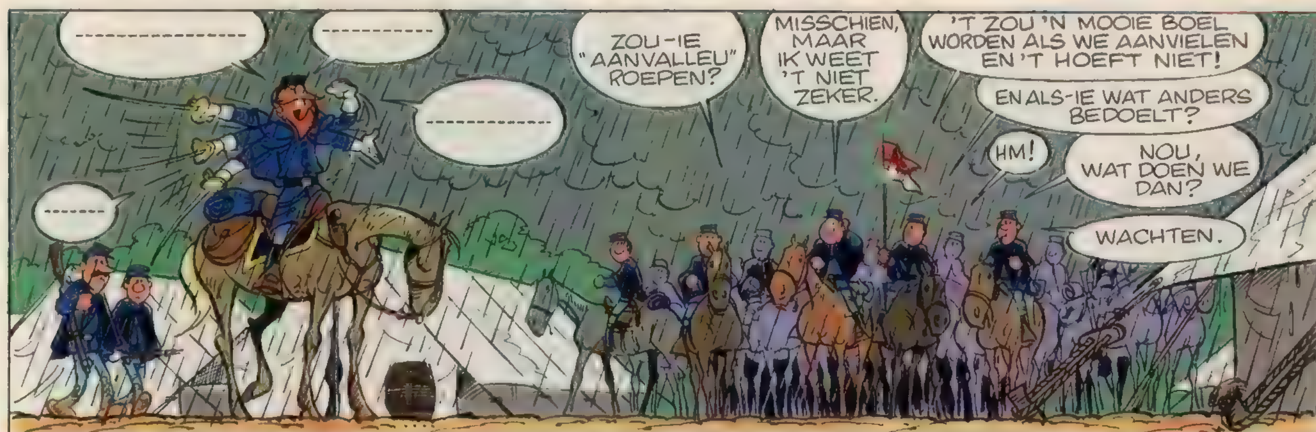






IN DE PUREE

Cauvin Lambil



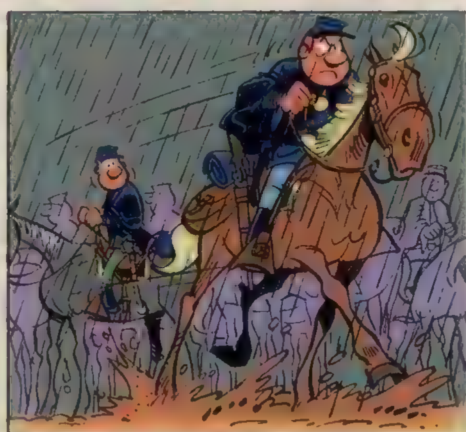


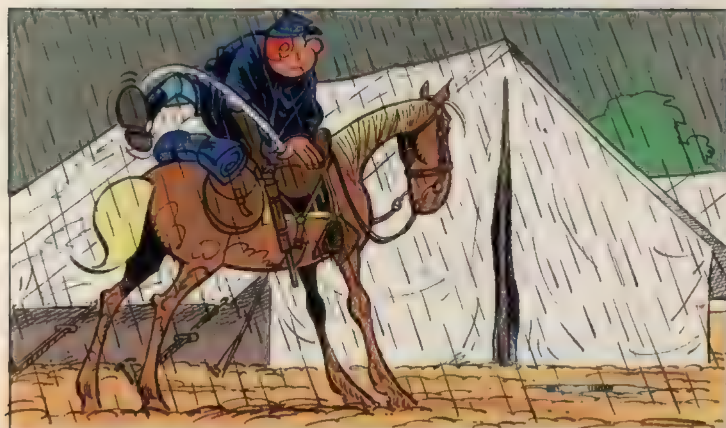








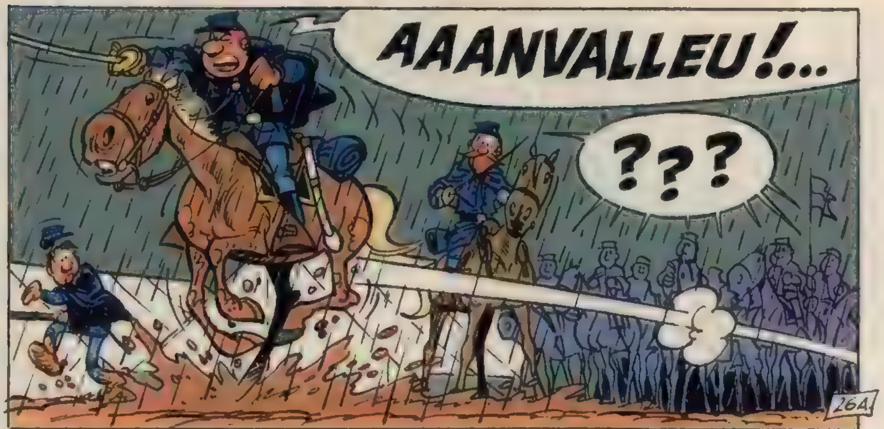






vervolg

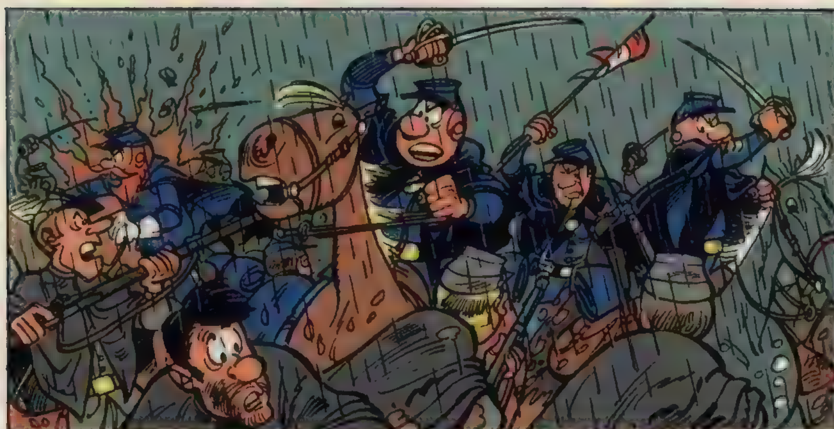




26B

IN DE PUREE

Cauvin Lambil















wordt vervolgd

ROBBEDOES INTERVIEWT

PUBLICITEITSCHEF DENNIS FRY

HET is niet zo gek dat de reclamewereld harde mensen oplevert. De moordende concurrentie tussen reclameburo's en afdelingen van bedrijven maakt dat mensen zonder eelt op hun ziel genadeloos uit de boot worden gestoten.

Wie overblijft en zich weet te handhaven moet klappen kunnen incasseren en ermee leren leven dat de strijd om 's kopers gunst lang niet altijd in zijn voordeel wordt beslecht. Zelfvertrouwen is nodig... zoveel dat de grens met zelfoverschatting vaak deksels moelijk valt te trekken.

In die verschrikkelijke, slopende en keiharde wereld moet ook Dennis Frey zijn brood zien te verdienen. Hij werkt niet voor een reclameburo, dat er natuurlijk naar streeft zoveel mogelijk verschillende " accounts " oftewel klanten binnen te slepen, maar voor een holding company. Zijn taak bestaat erin de verschillende activiteiten van dat bedrijf op alle mogelijke manieren bekend te maken zodat goederen en diensten van dat bedrijf in een steeds grotere mate afzet vinden.

« Ten Bel heeft vroeger, voordat ze een eigen reclameafdeling oprichtten, gewerkt met een buro. Maar da's niet zo erg goed bevallen. Dat buro heeft fouten gemaakt... stommiteiten zelfs. Enorme hopen geld werden op een onjuiste manier versnipperd... niet leuk. Op een bepaald moment merkten we zelfs dat de consument over een van onze projecten, een vakantiecomplex in Zuid-Tenerife een volslagen verkeerd beeld hadden gekregen. Met veel moeite en intensief actie voeren zijn we er tenslotte na jaren in geslaagd de consument een veel getrouwer beeld van dat project te laten aanvaarden. »

« Is jouw taak te vergelijken met die van een " account executive " op een reclameburo ? »

« Er zijn natuurlijk wel raakvlakken. Net als een AE op een buro, behandel ook ik een aantal specifieke goederen en diensten van dit bedrijf... dat zou je kunnen vergelijken met de paar specifieke klanten die een AE uit de totale klantenkring van een reclameburo voor zijn rekening neemt. Een AE begeleidt ook massa activiteiten die er moeten gebeuren om bijvoorbeeld een campagne te voeren. Dat doe ik ook. Ik bemoei me met de copywriting, de uitvoering van het materiaal, de keuze van de foto's, de uitvoering van het materiaal, de keuze van de foto's, de vormgeving, het lettertype en het soort papier wat er wordt gebruikt. Ook dat zal een AE op een reclameburo wel doen. Waar volgens mij het grote verschil in zit is de betrokkenheid van de reclameman met het produkt dat hij bekendheid moet gaan geven. De man van het buro is en blijft een externe persoon... een deskundige derde. Een man op de reclameafdeling van een bedrijf wordt voortdurend met zijn bedrijf geconfronteerd omdat hij er werkt. Er is geen verwarring mogelijk met andere " klanten ". Hij zit in het bedrijf waarvoor hij reclame moet gaan maken en heeft op die manier een voordeel boven de externe reclameburoman. »

« Tenzij er een bepaalde bedrijfsblindheid gaat optreden. »

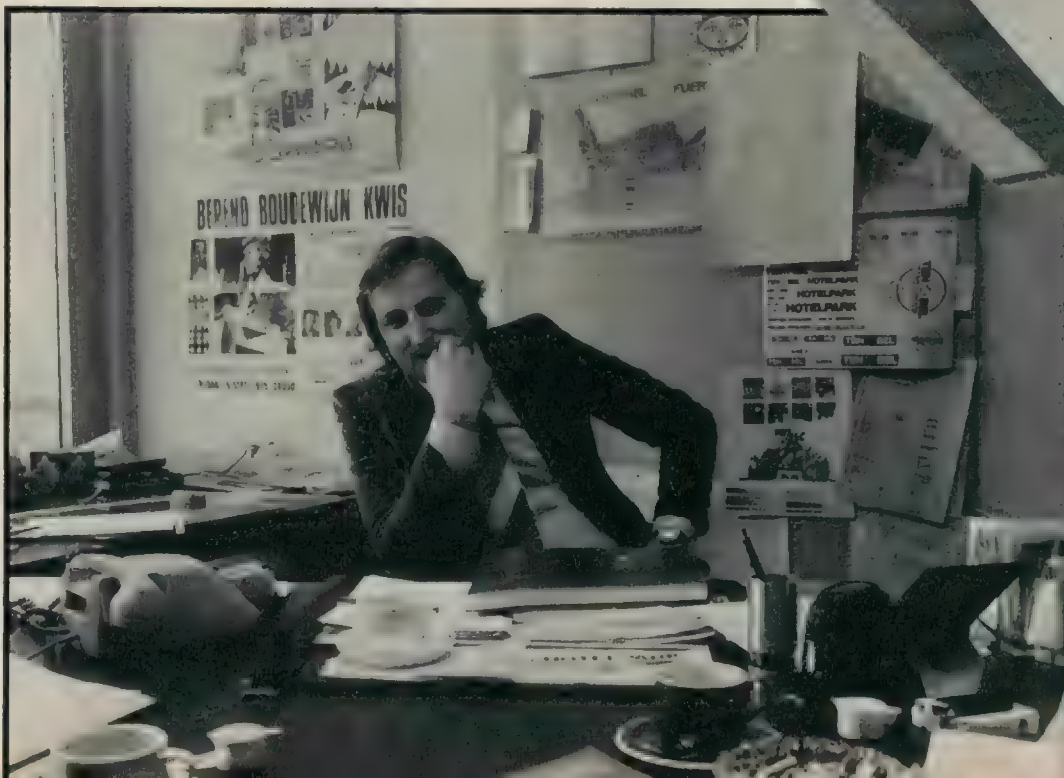
« Die kans loop je op een reclameburo evengoed. Over het algemeen houdt de concurrentie in dit vak je wel wakker. »

« Door een teveel aan appreciatie zul je zeker niet in slaap worden gewiegd. »

« Nee, da's zeker. Soms voel je je inderdaad verschrikkelijk alleen. De resultaten van je werk zijn namelijk pas na lange tijd meetbaar, als ze al meetbaar zijn. Bovendien zit je ook nog met het probleem dat je met abstracte, niet tastbare zaken als appreciatie van de consument, smaakpatronen, bestedingspatronen en meer van dat soort dingen te maken hebt. Vaak kom je daarom in je werk gewoon tot een botsing, een gevecht tussen personaliteiten die elkaar van het eigen standpunt trachten te overtuigen. Want wie heeft nu gelijk als het gaat om de keuze tussen twee verschillende advertenties die hetzelfde doel moeten bereiken. Wie heeft er gelijk als er een bepaalde campagnepolitiek wordt gevoerd ? Op het moment dat er tussen a, b of c moet worden gekozen, is het altijd degene die het zekerst bij de keuzeheer overkomt de winnaar. Dat is ook de reden waarom reclamejongens in de meeste gevallen zo verschrikkelijk zelfverzekerd overkomen. Ze moéten wel, anders komen ze er niet aan te pas.

« Merk je dat zelf ook ? »

« Natuurlijk moet ik mijn beleid ook verdedigen. En natuurlijk wordt het me niet altijd in dank afgenomen. Ik weet zelf ook wel dat die hele reclame een enorm budget vereist, terwijl het direkte resultaat van die investering verschrikkelijk moeilijk meetbaar is. Mijn directeur heeft me al eens gezegd dat ik eigenlijk in een stoel naast hem zou moeten zitten, omdat ik de grootste kostenpost heb. Mijn afdeling maakt zelden direkte winst. Daarom wordt elke frank





kosten voor mijn afdeling als een frank kosten beschouwd. " Je hebt wel momenten dat je dat niet zo lekker zit. Als je een beslissing moet nemen over een project dat handenvol geld gaat kosten... nou, dan voel je je heel erg alleen. Ik toch. Als het je heel erg hoog zit kun je eens troost gaan zoeken bij collega's die in hetzelfde vak werkzaam zijn en hen eens vragen hoe zij het gedaan zouden hebben. Maar het beste dat je dan te horen kunt krijgen is : " Tja, ik zou het ook zo hebben aangepakt ", waar je natuurlijk geen centimeter mee opschiet omdat de juistheid van je beslissing nog eerst maar eens moet blijken. »

« Zo blijft de jus er natuurlijk wel in. »

« Dat wel, ja... en dat is eigenlijk ook de reden waarom ik bewust voor een dergelijk beroep heb gekozen. Ik vertikte het eenvoudig om een beroep te gaan doen waar je op een gegeven moment vervangen kunt worden door een machine. Ik wilde een creatief beroep waar de mens het nog moet doen... en uiteraard met veel afwisseling en veel contacten met anderen. Nou ja... aan die voorwaarden voldoet deze baan volledig en ik ben ook erg blij dat ik de kans heb gekregen dit werk hier te doen. »

« Er staan er nog veel meer te springen om dit soort werk te gaan doen. »

« Kan ik me voorstellen... maar de mogelijkheden zijn vrij beperkt. Vooral voor zo'n baan als ik heb. Kijk, ik doe van alles wat... een beetje copy-writing, een beetje design, een beetje techniek, een beetje cijferen... dat vind ik voor mezelf ideaal omdat ik weet dat ik in al die verschillende vakken apart geen uitblinker zal zijn. Het feit dat ik met alle facetten te maken heb maakt mijn baan voor mij juist zo afwisselend. Maar ik geloof niet dat iemand die vers van school komt direkt naar zo'n baan zou kunnen solliciteren. Op de eerste plaats omdat zulke banen niet voor het opscheppen liggen en op de tweede plaats omdat je toch wel een brok ervaring moet hebben opgedaan die je nu eenmaal alleen in de praktijk kunt krijgen... Praktijk is in dit vak verschrikkelijk belangrijk. Je begint eigenlijk pas te leren als je in de praktijk komt. Je kunt nog zo'n fraaie theoretische basis hebben... als je werkelijk in de reclame gaat werken, moet je van onder af beginnen. »

« Maar als je doelbewust voor een dergelijk vak hebt

LEES DOOR BLADZIJDE 51 ▶



EILAND IN NOOD



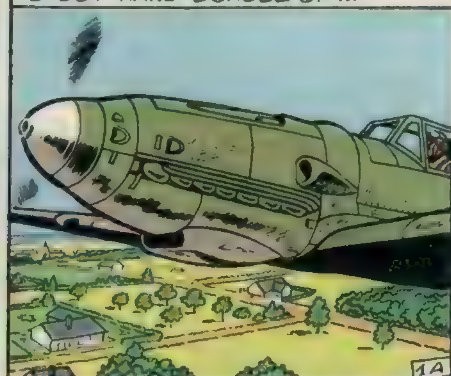
(*) KANAALEILANDEN.

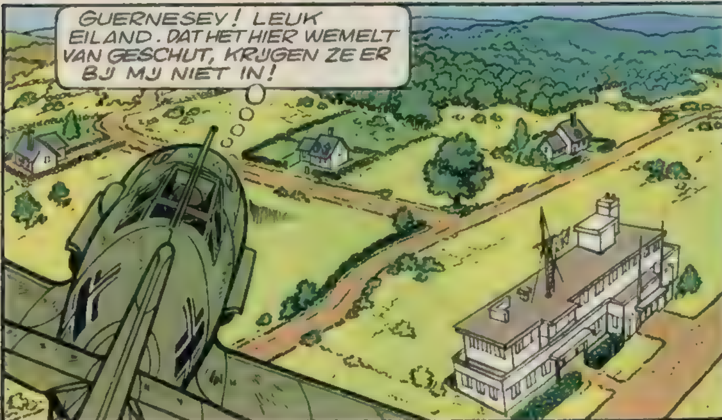




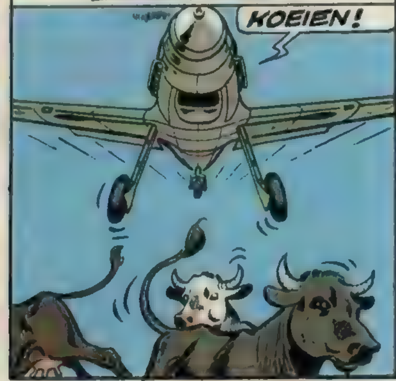


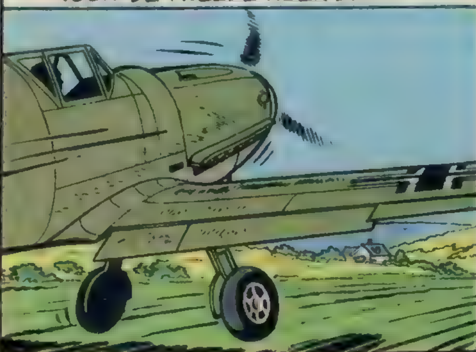


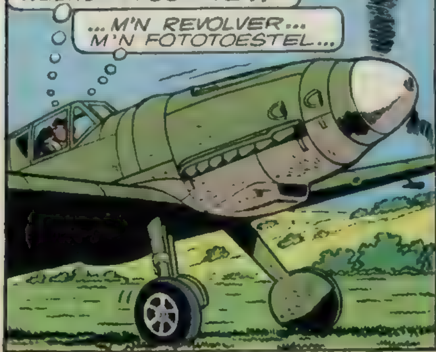


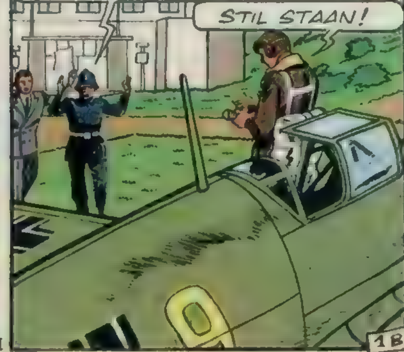






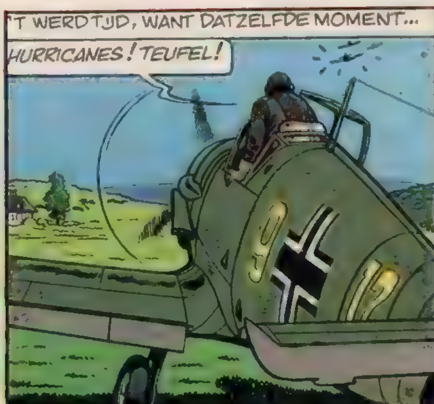


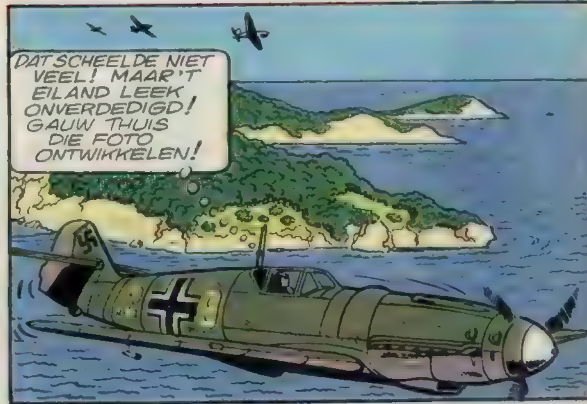




Piroton, Pasquiez



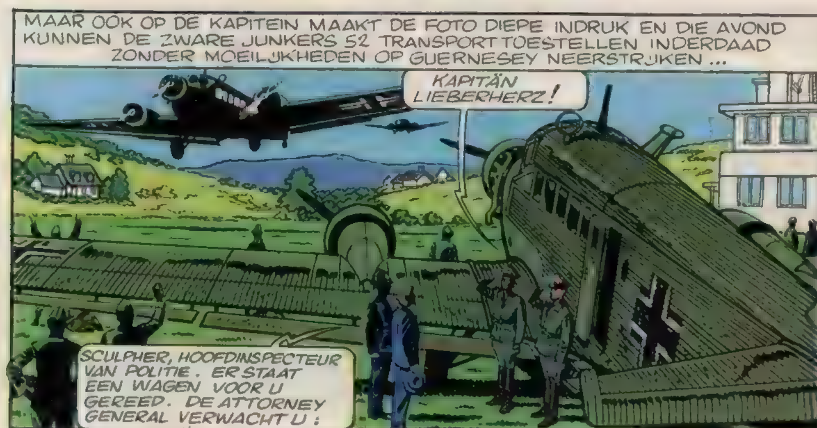


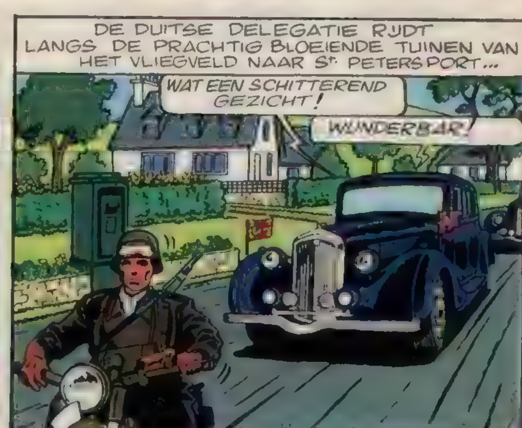


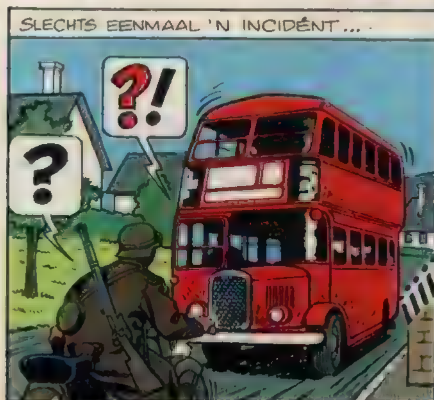












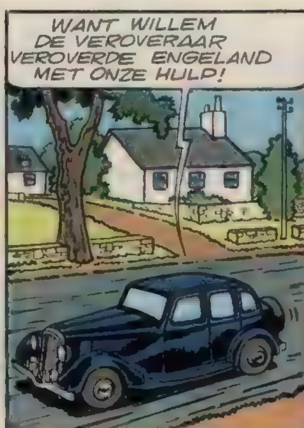




vervolg

EILAND IN NOOD













EN VIA DE DIENSTINGANG NEMEN DE DUITSERS HET EILAND DAN OFFICIEEL ONDER HUN HOEDE...





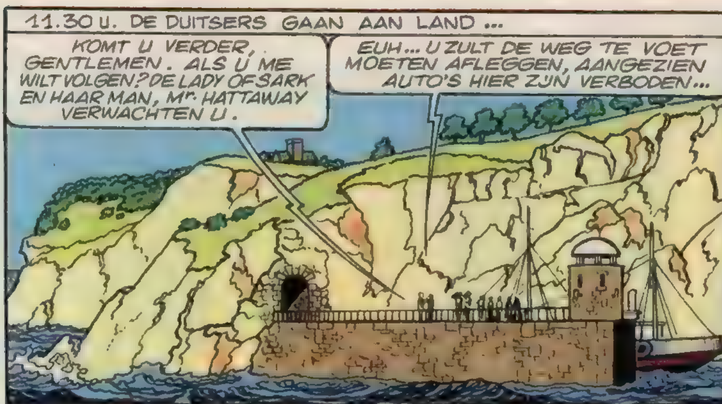




DIEZELFDE DAG WORDT JERSEY BEZET EN OP 3 JULI BESLUITEN DE DUITSERS SARK TE NEMEN, DAT 5 KM. LANGE STUK GROND BIJ GUERNESEY WAAR DE "DAME OF SARK" 'T VOOR HET ZEGGEN HEEFT...
EN OMDAT DE MARINE HET NOG STEEDS LAAT AFWETEN, KOMT DE REDDINGSBOOT VAN GUERNESEY ER AAN TE PAS...:



Piroton
Pasquiez



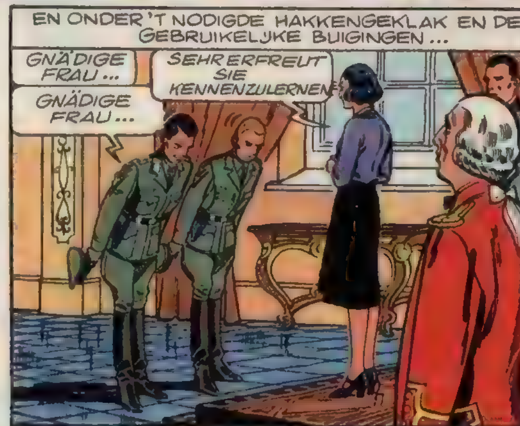




DE LAKEIEN ZIJN, VOOR DEZE GELEGENHEID IN 'T LIVREI GESTOKEN BOERENKNECHTEN...

... WANT DE LADY EN HAAR MAN WILDEN, NA HET ZIEN VAN CHAPLINS BEROEMDE FILM "THE DICTATOR" DE BEZETTERS OVERBLUFFEN.

ZE ONTVANGEN HEN IN DE GROOTSTE ZAAL VAN HET HUIS...





OP SARK DOET NOG VEEL AAN DE MIDDELEEUWEN DENKEN. DE LADY OF SARK IS 'N VAZAL VAN DE ENGELSE VORST, MAAR MAG HAAR EILAND ZELF BESTUREN. AUTO'S ZIJN VERBODEN EN ALLEEN DE LADY MAG DUIVEN EN HONDEN HOUDEN. OP DIT EILAND UIT HET VERLEDEN LEVEN ONGEVEER VIJFHONDERD MENSEN.

DEZE LADY OF SARK, DEZE MOEDIGE VROUW, ZAL DE BEZETTERS VIJF JAAR LANG WEERSTAAN EN HUN DIKWIJLS TOT WANHOOP BRENGEN MET HAAR GROTE OVERTUIGINGSKRACHT, MOED EN GEZAG...









wordt vervolgd

Wie speelt mee met vingertaal ?

Vingertaal is een duidelijk schot in de roos geweest. De ideeën blijven, na een eerste stortvloed, met de regelmaat van een klok binnenstromen, en vele vinden hun weg, via Roque, naar deze pagina. Vele inzendingen zijn gebruikt, maar vele zijn er ook bij de schifting uitgevallen. Al met al is de stapel ideeën-in-voorraad sterk geslonken. Nieuwe inzendingen zijn dus vanaf dit moment weer welkom. Stuur jouw vondsten daarom als de bliksem naar :

VINGERTAAL, Redactie Robbedoes, Livornostr. 97, 1050 Brussel, België.

En je weet toch... ieder gebruikt idee levert de auteur een album op !











ROQUE

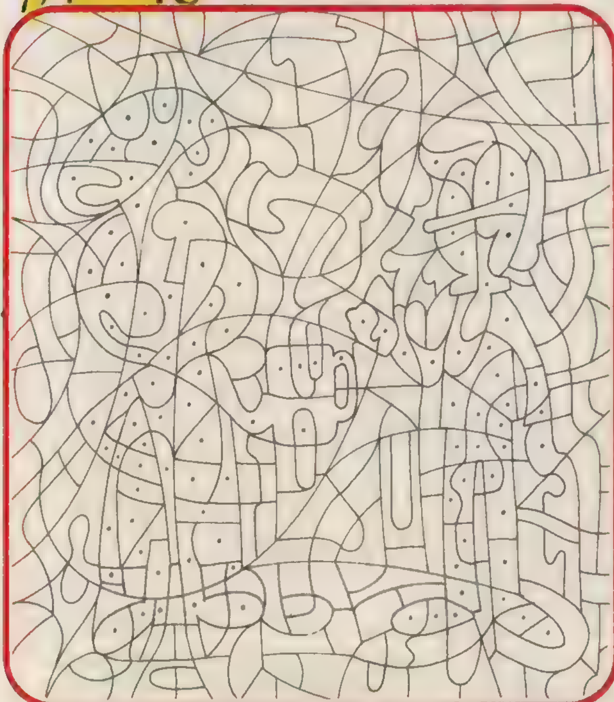
Knorr Quick Soup

presenteert

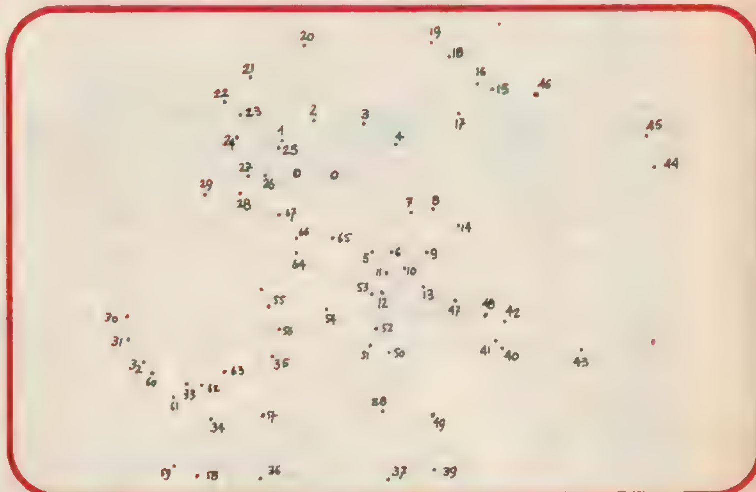


DE SPELLETJES VAN KWIKI

1. Maak de vakjes die een punt hebben zwart en zeg wat je ziet.



2. Trek één streep van 1 tot 67 en zeg wat je ziet.



Oplossingen.

1. Kwiki die een Knorr Quick Soup tas aan een kind kado doet.
2. Een jongen drinkt een tas Knorr Quick Soup en toont het zakje.





Heb je al je Knorr Quick Soup tas?

DRINK



Rangschik deze verbruiksmomenten van Knorr Quick Soup volgens hun belangrijkheid, en win 2 Knorr Quick Soup tassen.

Rangschik van 1 tot 3.

- Thuis bij de warme maaltijd.
- Op kantoor of op het werk.
- 's Avonds bij de televisie.

Naam ....

Adres ....

....

Stuur dit deelnemingsformulier met 3 Knorr Quick Soup merken uit de voorzijde van de kartonverpakking op naar: Knorr Quick Soup, Monda, Italielei 122-124, 2000 Antwerpen.

Je wint twee Knorr Quick Soup tassen, als je volgorde overeenstemt met de volgorde van de meerderheid der mensen die aan een nationaal marktonderzoek hebben meegedaan in 1977

Het volledig reglement is verkrijgbaar bij Monda, Italielei 122-124, 2000 ANTWERPEN

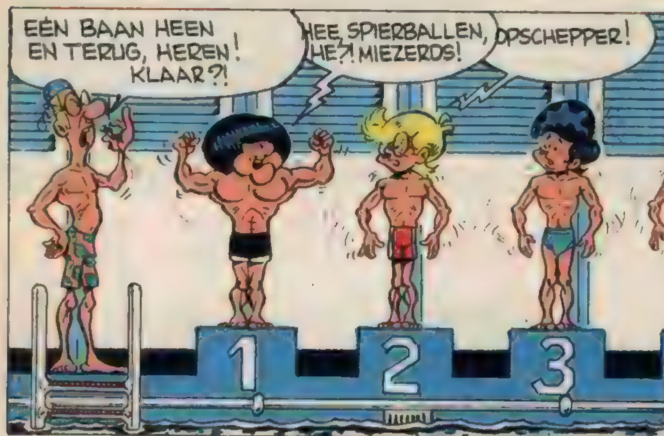
RO2

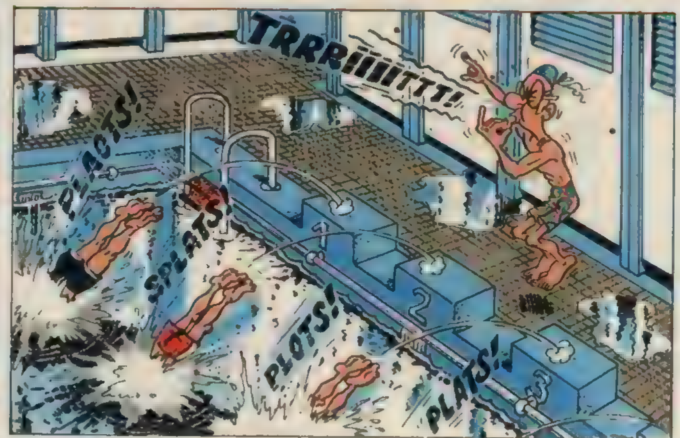
Knorr

McCANN ERICKSON

DEVOS Geniale Olivier























(1) ZIE: GENIE, VIDI, VICI.

Pierret
Croze



Ruimteschip Khandor •ASTÉROÏDE 202





PIERRET/76

TOEN ASTEROIDE 2.024 TWEE JAAR GELEDEN, TIJDENS EEN ROUTINE-ONDERZOEK SPOREN VAN STHYRIUM BLEEK TE BEVATTEN, WERD DE KALE BROK STEEN EEN CENTRUM VAN ACTIVITEIT. IN EEN KERNCENTRALE WERD HET GEDOLVEN MINERAAL VERWERKT EN OVERAL TEGEN HOGE PRIJZEN VERKOCHT. DE HOOGSTE VERTEGENWOORDIGER VAN UNIVERSAL TRUST OP DE ASTEROÏDE WAS INGENIEUR KAREL FLAG...

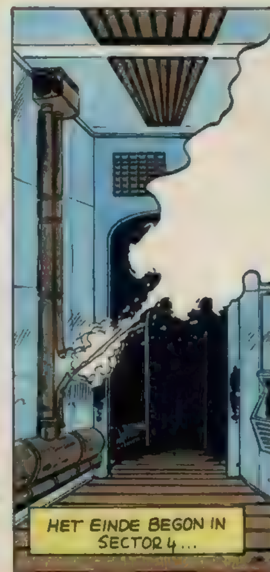
11.

ONDER Z'N LEIDING STONDEN EEN HANDJEVOL BEWAKERS EN EEN HONDERDTAL ARBEIDERS, TUIG VAN HET ERGSTE SOORT...



NIEMAND MOCHT OP Z'N BESLUIT TERUGKOMEN. WIE ZICH EENMAAL VRIJWILLIG IN DEZE HEL HAD BEGEVEN, KWAM ER NIET VOORTIJDIG UIT. ELKE POGING TOT MUITERIJ WERD GENADELOOS NEERGESLAGEN...



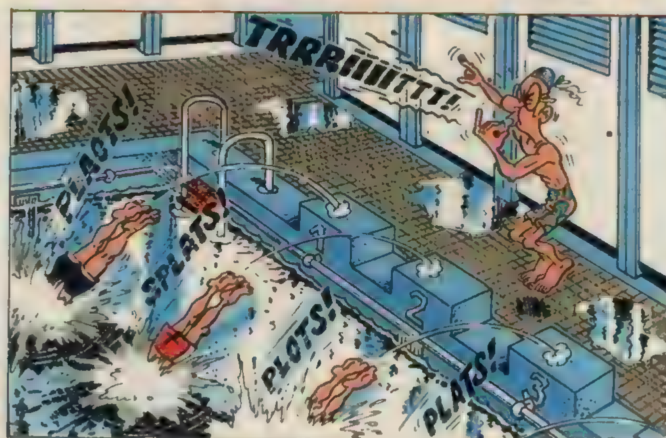


vervolg

























(1) ZIE: GENIE, VIDI, VICI.

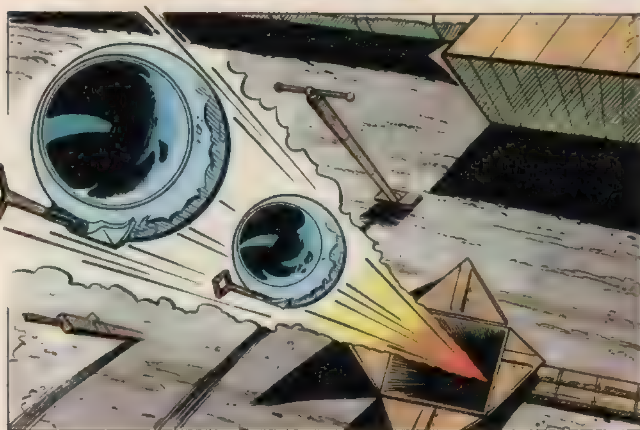








3A

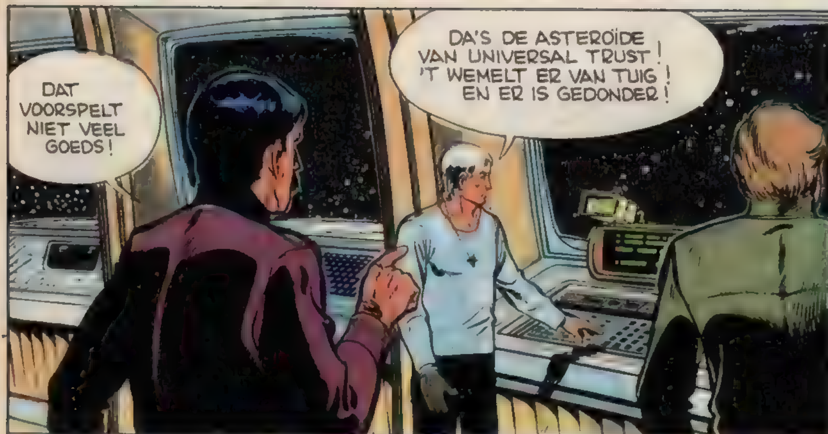


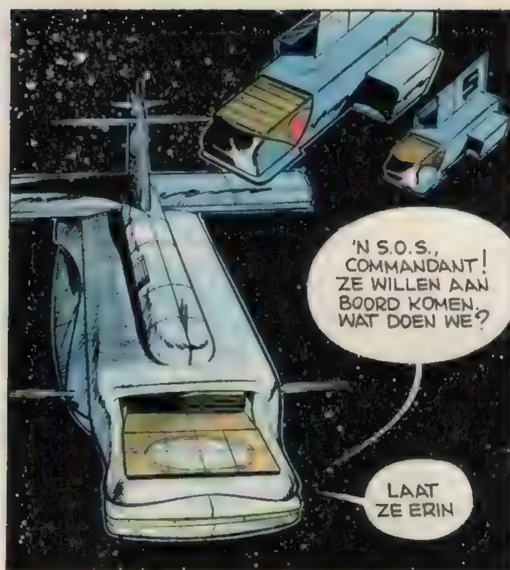




3B

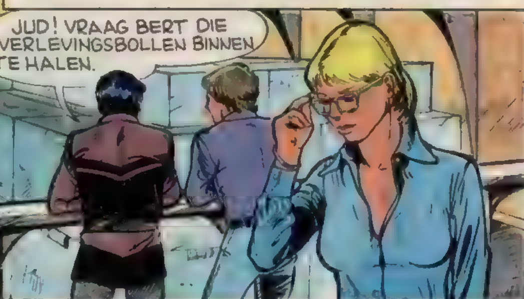
vervolg


DAT VOORSPELT NIET VEEL GOEDS!
DA'S DE ASTEROÏDE VAN UNIVERSAL TRUST! 'T WEMELT ER VAN TUIG! EN ER IS GEDONDER!


'N S.O.S., COMMANDANT! ZE WILLEN AAN BOORD KOMEN. WAT DOEN WE?
LAAT ZE ERIN


MAAR HOU ME DIE BENDE IN 'T RUIM EN LET OP DAT ZE DE LADING NIET RUÏNEREN.

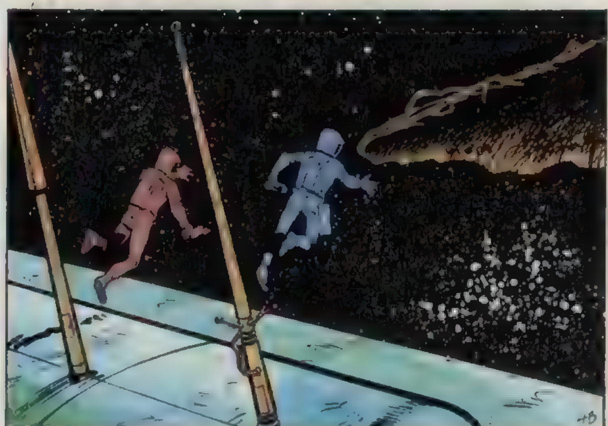

GEZELLIG HIER. LEUK SCHIP!
HEE, LUI! EEN VROUW!
EEN VROUW! HOE ZIET DAT 'R OOK WEER UIT?!
COMMANDANT!!

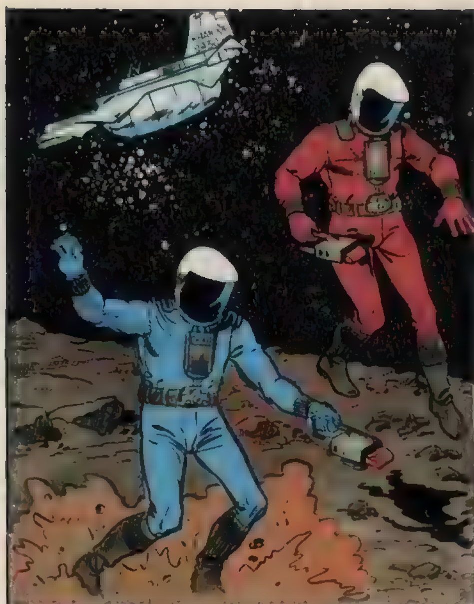

JUD! VRAAG BERT DIE OVERLEVINGSBOLLEN BINNEN TE HALEN.


COMMANDANT! WEG HIER! DIE ASTEROÏDE PLOFT UIT ELKAAR!

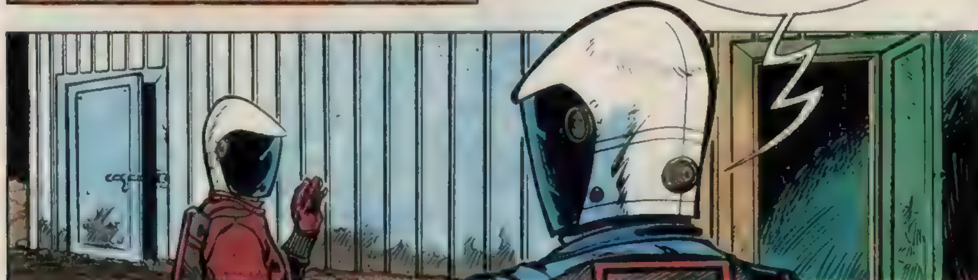

DAT WIL IK ZELF NAGAAN. JUD, ZO DICHT MOGELIJK NADEREN, MAAR ZORG DAT WE METEEN FULL-SPEED WEG KUNNEN.
OKAY, COMMANDANT!
GEKKENWERK! DAT WORDT ONZE DOOD!
RUSTIG, MAAR... IK WEET WAT IK DOE.


GAAN WE LOPEND, COMMANDANT?
JA. WE ZITTEN VLAKBIJ. GEEN ONNODIG RISICO. KIJK OF DIE VENT GELIJK HEEFT EN OF IEDEREEN DAAR WEG IS.

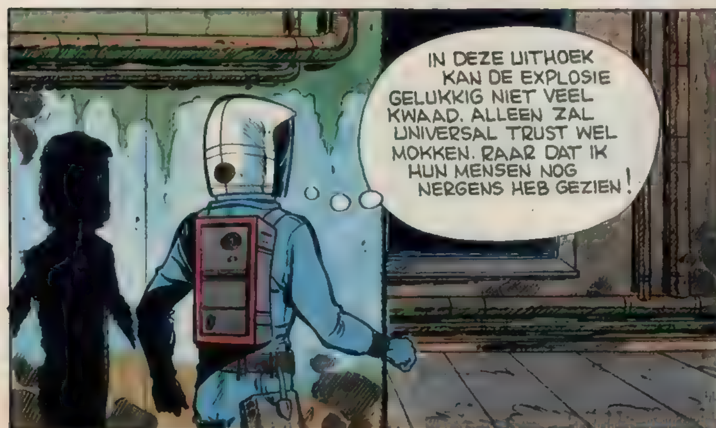




KALE BOEL...

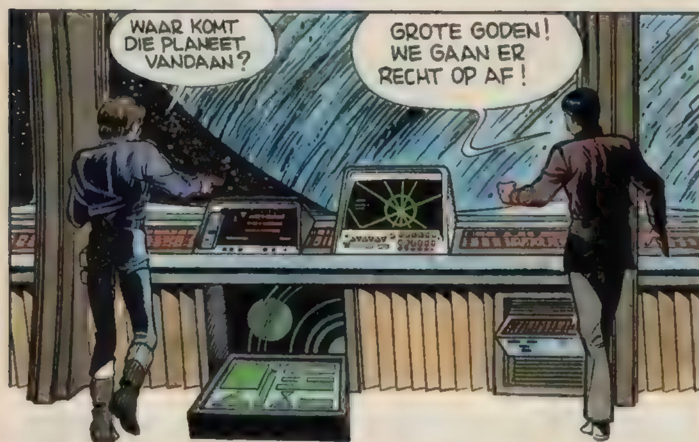
PFF...AAN COMFORT IS HIER NIET VEEL GEDAAN! VERDORIE! VERDRAAID HOOG DAT STRALINGSGEHALTE! OPSCHIETEN MAAR.
PIERRET 77
SCÉNARIO: H. CROZE

JIJ GAAT LINKS, IK RECHTS. EN KIJK UIT. BIJ GEVAAR, METEEN WAARSCHUWEN!

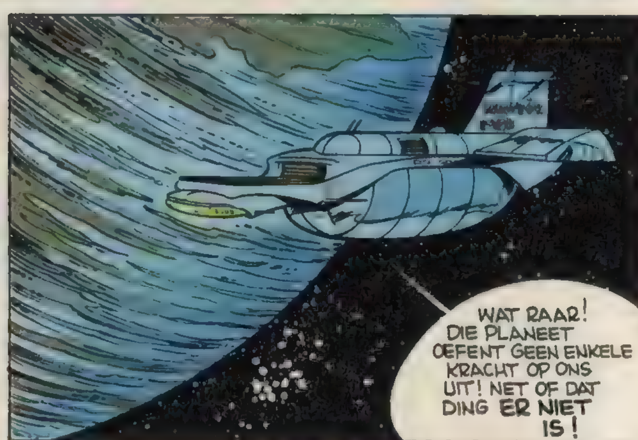
PHRENOS!?...
HOLA! 'T HEEFT ER VEEL VAN WEG DAT DAT TUIG 'N PAAR COLLEGA'S GEDWONGEN HEEFT HIER TE BLIJVEN.

ER ZIT 'N LEK IN 'T KOEL-SYSTEEM. OVERAL STOOM. ONMOGELIJK TE REPAREREN!
OKAY. TERUG NAAR DE KHANDOR EN WEGWEZEN!

IN DEZE UITHOEK KAN DE EXPLOSIE GELUKKIG NIET VEEL KWAAD. ALLEEN ZAL UNIVERSAL TRUST WEL MOKKEN. RAAR DAT IK HUN MENSEN NOG NERGENS HEB GEZIEN!

ALLE-MACHTIG!
vervolg

HOE...
HOE KAN DAT NOU?! DIT DEEL VAN DE RUIMTE IS HELEMAAL LEEG!













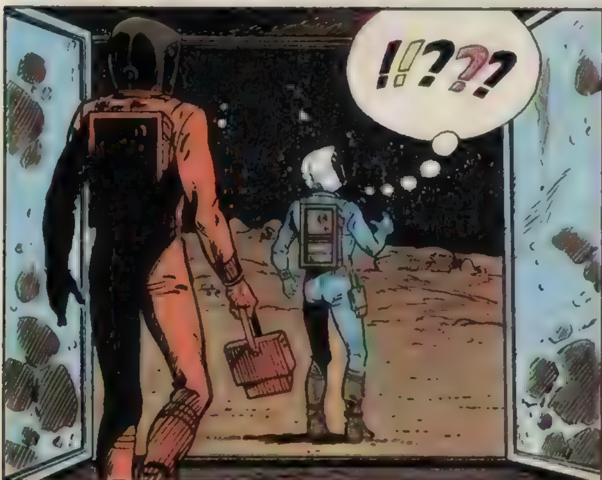


(*) PENDELS: KLEINERE SCHEPEN WAARMEE MANSCHAPPEN EN LADING KUNNEN WORDEN AFGEZET.





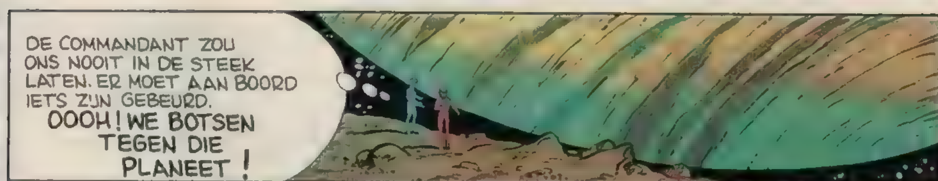






vervolg


HALLO! KHANDOR! GEEF VERDORIE ANTWOORD!
DE STRALING WORDT STEEDS STERKER!


DE COMMANDANT ZOU ONS NOOIT IN DE STEEK LATEN. ER MOET AAN BOORD IETS ZIJN GEBEURD.
OOOH! WE BOTSEN TEGEN DIE PLANEET !


???!!!


BIJ ALLE RUIMTEDUIVELS !!
8A

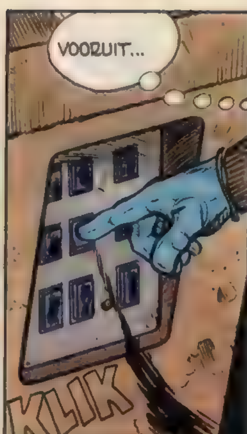

'N...'N RUIMTESCHIP?.. HOE KAN DAT ?!
DIE PLANEET IS 'N DRIE DIMENSIONALE PROJECTIE! 'N SOORT ROOKGORDIJN VOOR DAT SCHIP! EEN PIRATENSCHIP!

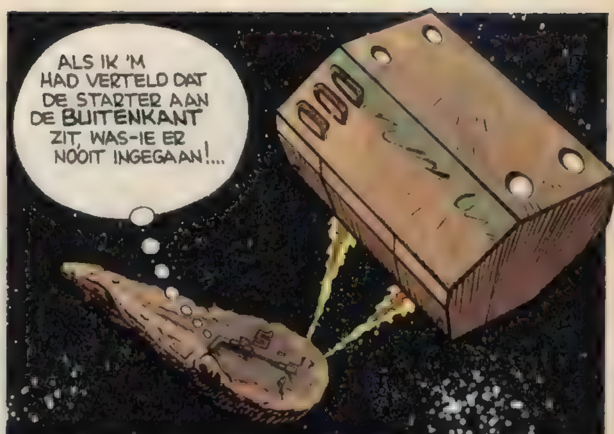

WE MOETEN HIER VANDAAN!
HOE DAN? ER ZIJN GEEN REDDINGSBOLLEN MEER!


MAAR DEZE WEL! WE MOETEN UIT DE AANTREKKINGSKRACHT VAN DE ASTEROÏDE VANDAAN. DAN PIKT DE KHANDOR ONS WEL OP. GA MAAR ZITTEN, KEREL.
!!??


HIERMEE SCHIETEN ZE AFVAL DE RUIMTE IN. JE ZIT IN 'N SOORT VUILNISBAK.
MAAR JIJ DAN ?!
8B


IK KOM JE ZO ACHTERNA. IK NEEM DAT DING HIERNAAST.

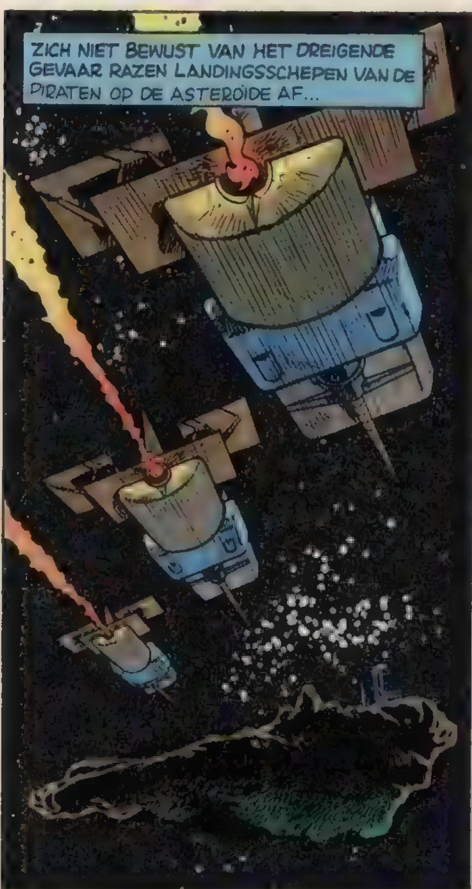

VOORUIT...
KLIK


ALS IK 'M HAD VERTELD DAT DE STARTER AAN DE BUITENKANT ZIT, WAS-IE ER NOOIT INGEGAAN!...


NOU, PHRENOS, WAT ZAL 'T WORDEN: VERMOORD DOOR PIRATEN OF UITEENGERETEN DOOR 'N EXPLOSIE HE??

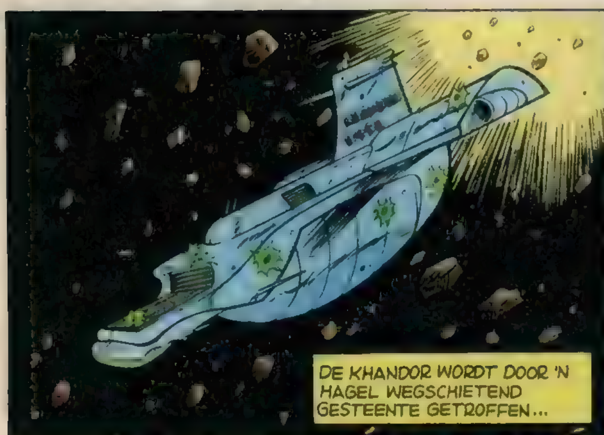

HOLA! HIER LIGT IEMAND!


HOEI! DIE IS ER LELIJK AAN TOE...
WIE... WIE BENT U?


ZICH NIET BEWUST VAN HET DREIGENDE GEVAAR RAZEN LANDINGSSCHEPEN VAN DE PIRATEN OP DE ASTEROÏDE AF...


EN DAN BREEKT DE HEL LOS! EEN OOGVERBLINDENDE VUURBAL VERKOOLT DE PIRATENSCHEPEN TERWIJL DE DOOR MIJNGANGEN ONDERGRAVEN ASTEROÏDE EXPLODEERT EN ALS 'N GIGANTISCHE STENENREGEN DE RUIMTE IN SCHIET.

vervolg





















PIERRET 77 SCENARIO: H. CROZE

MITTEÏ

Chocolarie



SALUT MOTORRIJDER! ZEG EENS, JE YAMAHA ZIET ER REUZE LELIK UIT!

KIJK WIE WE DAAR HEBBEN! DAG CHOCOLARIE





* DEGENEN DIE 16 JAAR GEWORDEN ZIJN OP 14-2-1977 HEBBEN DIT BEWIJS NIET NODIG

Lees door bladzijde

Whits deelname aan een kampioenen-cross moet Morris uit z'n schuilplaats lokken. De Crabs staan paraat !

CANDICE



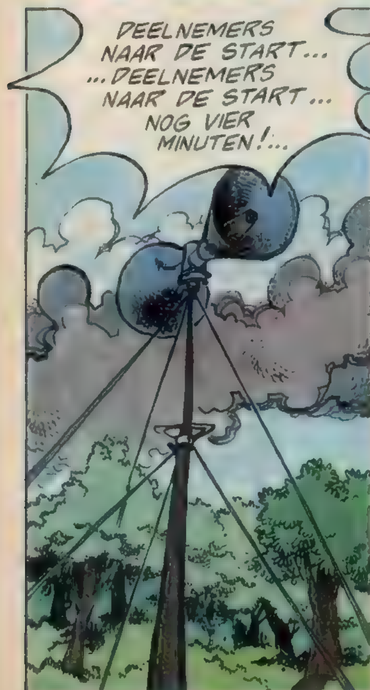


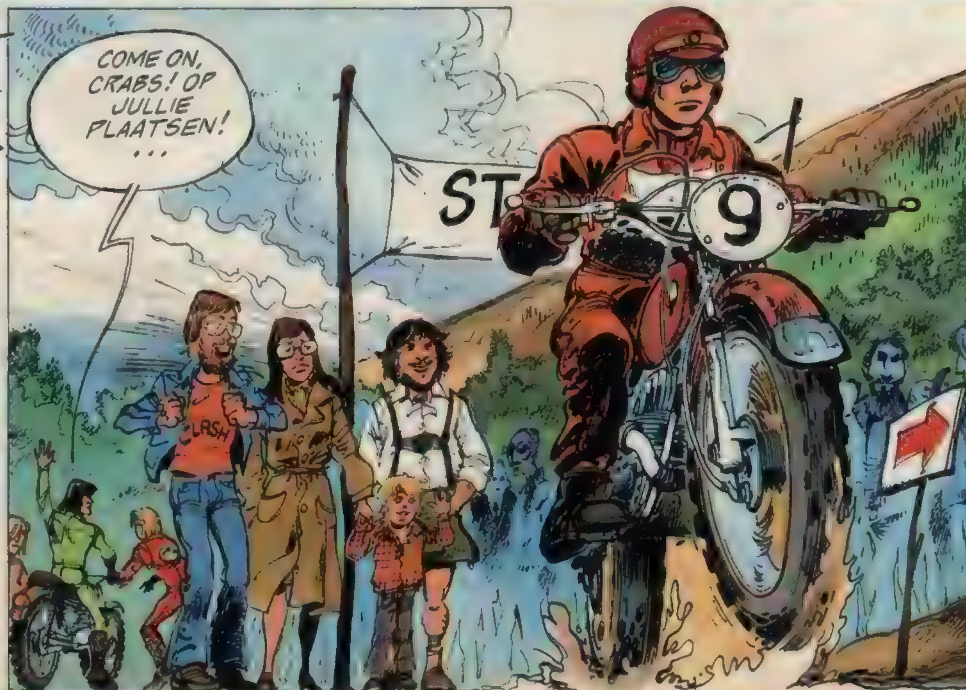












wordt vervolgd


HA !?! DAT ZIET ER AL-
-LEMAAL NOGAL INGEWIKKELD UIT !...


OCH NEE! JE GAAT EERST EEN FORMULIER HALEN IN HET EXAMEN-CENTRUM ..


JE KOOPT VOOR 280F FISCALE ZEGELS IN HET POSTKAN-
-TOOR, EN JE PLAKT DIE DAAROP...
OP HET POSTKAN-
-TOOR ?


NEE, SUMMERD, OP HET FORMULIER .
O, JUIST...


VERVOLGENS MAAK JE EEN AFSPRAAK MET HET EXAMEN-CENTRUM


JE GAAT OP DE AANGE-
-DUIDE DAG, EN JE LEGT ER JE EXAMEN AF ...
TJA...


...EN IS DAT NIET TE LASTIG, DAT EXAMEN ?


BEN JE GEK ! HET LOOPT GEWOON OP WIELTJES! HET IS EEN EXAMEN ZOALS ALLE ANDERE EXAMENS. IETS ZOALS OP SCHOOL. EN NOU, DAAR MOET EEN TOEKOMSTIGE MOTORRIJDER TOCH VERDRAAID NIET BANG VOOR ZIJN.
JE MOET DUS ALLEEN MAAR BLOKKEN !


BLOKKEN IS EEN TE GROOT WOORD; ER ZIJN ER DIE HET EXAMEN AFLEGGEN OP DE LEEF-
-TIJD VAN 15 JAAR EN 9 MAANDEN EN DIE KRIJGEN HUN RIJBEWIJS OP HUN 16 DE VERJAARDAG


JA MAAR.. EN ALS JE ZAKT ?
DAT IS NIET ZO ERG, JE SCHRIJFT JE DEZELFDE DAG WEER IN, EN BETAALT NOG EENS 280F OM TE HERBEGINNEN


EN ALS JE DAN NOG EENS MISLUKT ?
DAT KOMT ZELDEN VOOR, MAAR JE KUNT WEER INSCHRIJVEN EN NET ZOVEEL KEER ALS NODIG OPNIEUW BEGINNEN.
2

Aymone, nog steeds gijzelaar in handen van Khapierdorje, weet dat Su en Guring op haar jagen...

Aymone













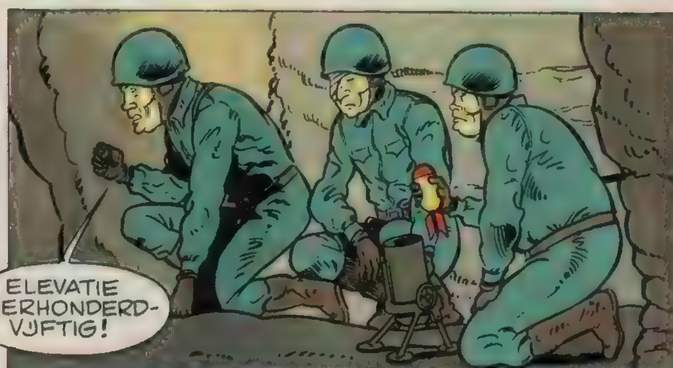
DE WINTER VAN DE LANGE MARS

Renaud
Brouyère













wordt vervolgd



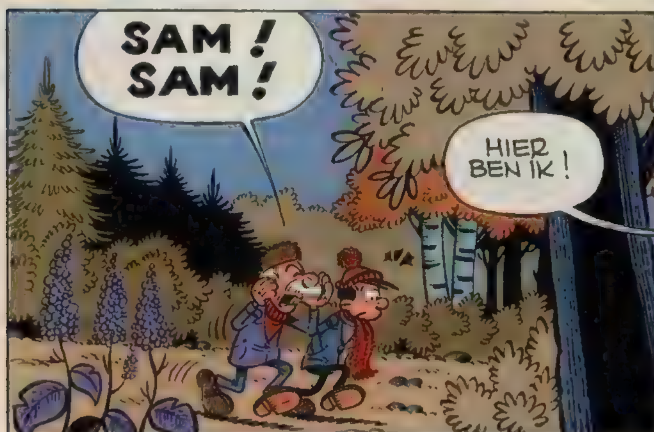
Sam

LAGAS • DELIEGE



























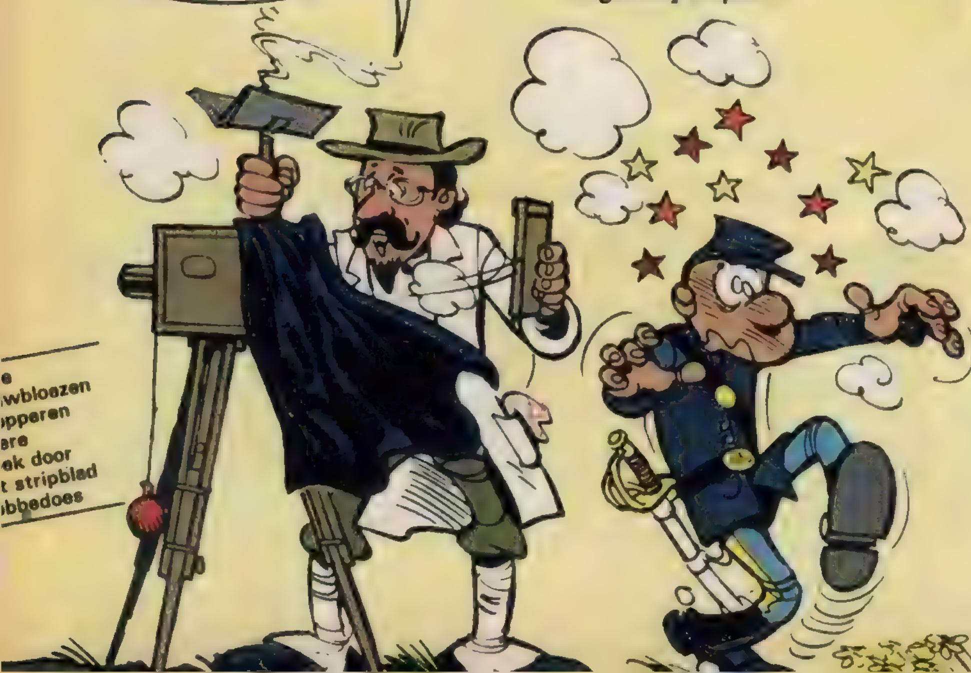






Lees door bladzijde





Al ooit 'n ouderwetse magnesiumfotograaf op 'n 19de eeuws slagveld in aktie gezien, waar Noordelijken en Zuidelijken mekaar met geheven degens en kanongebulder het leven zuur maken ?

Spanning en schaterlach in dit 11de Blauwbloezenalbum :
Blauwen in zwart-wit (*)
Overal verkrijgbaar : 80 F - fl. 4,95
Uitgeverij Dupuis

Robbedoes is een weekblad van de Uitgeverij Jean Dupuis, N. V., en wordt gedrukt in België.

Redaktie en administratie :
Voor België : Livornostraat 97, 1050 Brussel.
Voor Nederland : Industriestraat 13, Sittard.

ABONNEMENTEN

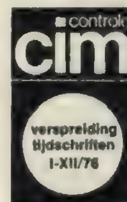
België : 1 jaar : 1.040 F ; 6 maanden : 520 F ; 3 maanden : 260 F - P.R. nummer **000-0362159-58 van de Uit**geverij Jean Dupuis, N. V., Livornostraat 97, 1050 Brussel.

Groot-Hertogdom Luxemburg : 1 jaar : 1.080 F ; 6 maanden : 540 F ; 3 maanden : 270 F.

Nederland : 1 jaar : Fl 62,40 ; 6 maanden : Fl 31,20 ; 3 maanden : Fl 15,60 - Giro**nummer 211714 van de Uit**geverij Jean Dupuis, N. V., Industriestraat 13, Sittard.

Overige landen : 1 jaar : 1.700 F ; 6 maanden : 850 F ; 3 maanden : 425 F - P.R. **000-0362159-58 van de Uit**geverij Jean Dupuis, N. V., Livornostraat 97, 1050 Brussel.





Een abonnement begint te lopen met het eerste nummer van de maand die volgt op de betaling, tenzij de abonnee dit uitdrukkelijk anders wenst.

Dit exemplaar van Robbedoes mag onder geen enkele vorm als commercieel uitleenobject worden gebruikt, tenzij met uitdrukkelijke goedkeuring van de uitgever.

Nr. CENTRUM	ADRES VAN HET CENTRUM
1001	SCHAARBEEK Kolonel Bourgstraat 118 1140 BRUSSEL Tel. (02) 736 81 30
1002	8400 OOSTENDE Tweebruggenstr. (sas) 3 Tel. (059) 50 09 21 - 70 22 68
1003	GENT (ZWIJNAARDE) Heirweg Noord 197 9710 ZWIJNAARDE Tel. (091) 22 26 73
1004	2100 DEURNE Santvoortbeeklaan 34/36 Tel (031) 25 19 20
1005	3500 HASSELT Luikersteenweg 410 Tel. (011) 27 73 45
1006	CHARLEROI (GOSSELIES) rue Tahon 59 6200 CHARLEROI (GOSSELIES) Tel. (071) 35 73 64
1007	NAMUR (BELGRADE) Chemin de la Plaine 4 5001 NAMUR (BELGRADE) Tel. (081) 22 40 74
1008	6740 ETALLE Route de Florenville 76 Tel (063) 45 52 04
1009	4000 LIEGE Av. G. Truffaut 50A Tel. (041) 62 72 00
1010	8800 TIELT Meulebeeksestwg. 10A Tel (051) 40 13 64
1011	7500 TOURNAI chée de Bruxelles 442 Tel (069) 22 56 35
1012	8000 BRUGGE Oude Oostendestwg 133 Tel. (050) 31 36 42
1013	WEVELGEM (MOORSELE) Drieslaan 3 8640 MOORSELE Tel. (056) 41 28 68
1014	EEKLO *Voorlop admin bureau* Heirweg Noord 197 9710 ZWIJNAARDE Tel. (091) 22 26 73
1015	BRAKEL *Voorlop admin bureau* Heirweg Noord 197 9710 ZWIJNAARDE Tel. (091) 22 26 73
1016	AALST (EREMBODEGEM) Industrielaan 9440 EREMBODEGEM Tel. (053) 66 97 62
1017	SINT-NIKLAAS *Voorlop admin bureau* Heirweg Noord 197 9710 ZWIJNAARDE Tel. (091) 22 26 73
1018	MERCHTEM (BRUSSEGEM) Kerkplein 6 1881 BRUSSEGEM Tel (02) 452 99 37
1019	BRAINE-LE-COMTE *Voorlop admin bureau* rue Tahon 59 6200 CHARLEROI (GOSSELIES) Tel. (071) 35 73 64
1020	COUVIN (MARIEMBOURG) *Voorlop admin bureau* rue Tahon 59 6200 CHARLEROI (GOSSELIES) Tel (071) 35 73 64
1021	ANDERLECHT *Voorlop admin bureau* Herdersliedstraat 60-66 1080 BRUSSEL Tel (02) 522 15 04
1022	MECHELEN *Voorlop admin bureau* Santvoortbeeklaan 34/36 2100 DEURNE Tel. (031) 25 19 20
1023	GEEL *Voorlop admin bureau* Luikersteenweg 410 3500 HASSELT Tel. (011) 27 73 45
1024	3020 HERENT Stwg. op Mechelen 713 Tel. (016) 22 43 53
1025	OTTIGNIES *Voorlop admin bureau* Chemin de la Plaine 4 5001 NAMUR (BELGRADE) Tel (081) 22 40 74
1026	MARCHE-EN-FAMENNE *Voorlop admin bureau* Chemin de la Plaine 4 5001 NAMUR (BELGRADE) Tel. (081) 22 40 74
1027	HUY Route de Liège 133 5200 HUY Tel. (085) 21 39 35
1028	BASTOGNE *Voorlop admin bureau* Route de Florenville 76 6740 ETALLE Tel (063) 45 52 04
1029	EUPEN Route de Verviers 80 4700 EUPEN Tel (087) 55 46 13
1030	LOBBES Route de Binche 6558 LOBBES Tel. (071) 59 18 53
1031	MONS (MAISIERES) rue Grande 8 7458 MAISIERES Tel (065) 31 22 81
1032	ARLON *Voorlop admin bureau* Route de Florenville 76 6740 ETALLE Tel. (063) 45 52 04



HIER DE ADRESSEN VAN DE EXAMENCENTRA. EN ALS JE MEER INLICHTINGEN OVER HET EXAMEN WILT, HOEF JE MAAR BIJ DE DICHTSTBIJGELEGEN YAMAHA-AGENT TE GAAN. OF JE SCHRIJFT NAAR DE INVOERDER

DE FIJNSTE GAMMA DAT IS YAMAHA, ZONDER TWIJFEL!!!

Invoerder



D'Ieteren Sport Parc industriel de la vallée du Hain - 1430 Braine-le-Château



FS 1
2T - 1 cil. - 4 ver. - 40 km/u



FS 1 DX
2T - 1 cil. - 4 ver - 40 km/u
Vóór schijfrem



TY 50 ML
2T - 1 cil - 4 ver - 40 km/u



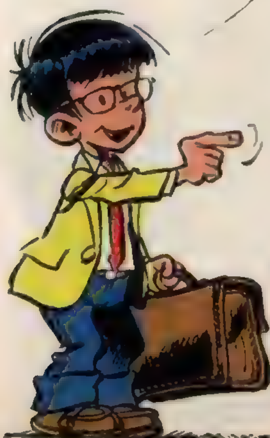
Chappy 1
2T - 1 cil. - 2 ver aut - 40 km/u



Bop
2T - 1 cil. - 3 ver. - 40 km/u



RD 50 M
2T - 1 cil - 5 ver - 40 km
Vóór schijfrem

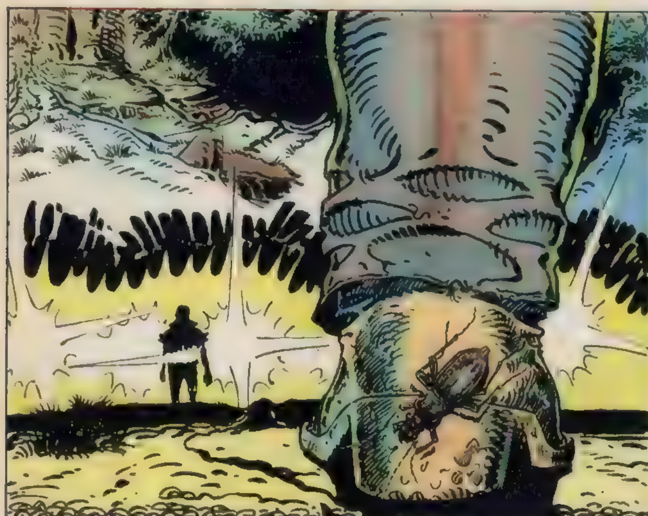


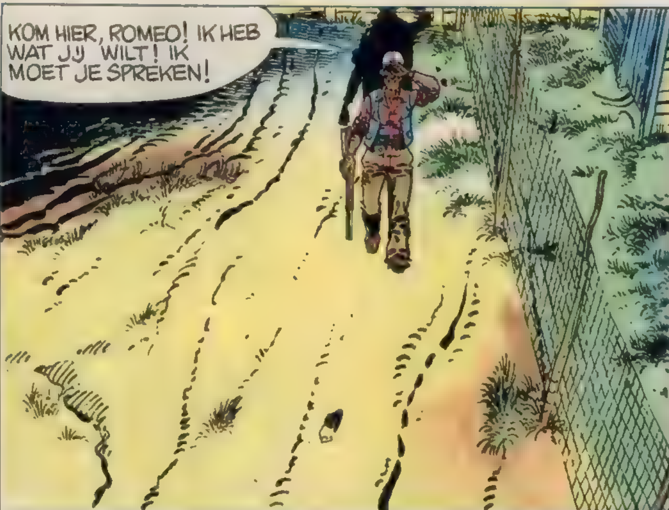


Romeo en z'n bende jagen de oude Billy, een illegale drankstoker, de stuipen op het lijf...

BLUE BIRD

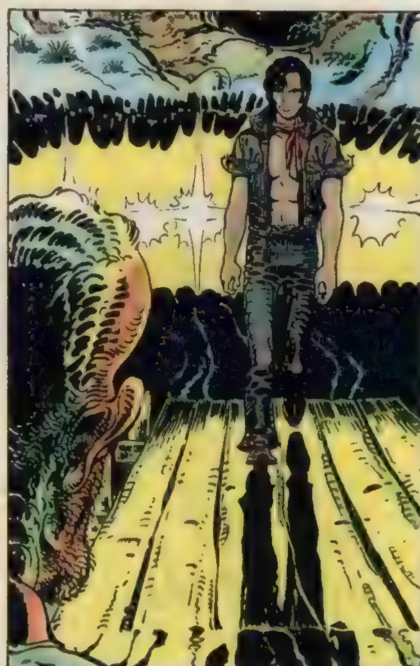


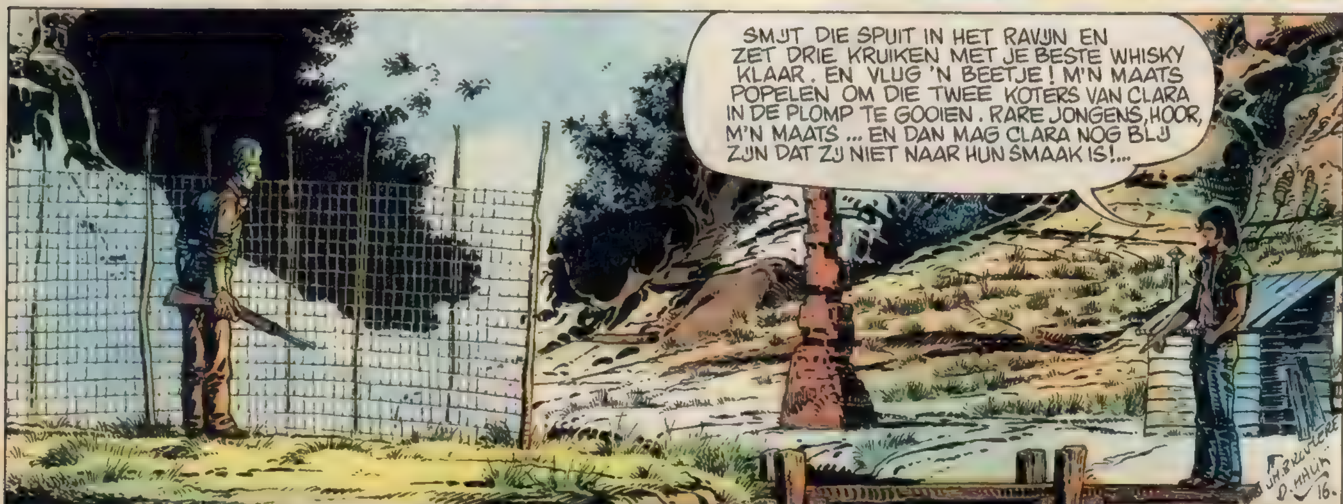












BALLADE

Malik
Brouyère

'N PAAR MINUTEN LATER...

KIJK UIT, HOOR! ZE ZITTEN VAST TOT HUN STROT ONDER DE STU...

HOU JE KOP, JOH!

DRINKEN, OUWE! UIT ELKE KRUIK EEN FIKSE SLOK! VOOR 'T GEVAL ER WAT ANDERS DOOR ZIT!

EEN... TWEE... DRIE... ZO, NOU JE ZIN?

NEEM MEE, LUI... WE LATEN ONS HARSTIKKE VOLLOPEN OP DE GEZONDHEID VAN DIE OUWE...

EN WAAR WAS DAT CIRCUS NOU VOOR NODIG DAARSTRAKS?

IK KEN JOU, OUWE. JE BENT 'N TAAIE! TOEN JE NOG ONGESTRAFT MOCHT PAFFEN HEB JIJ DAAR DRIFTIG GEBRUIK VAN GEMAAKT!

EN IK BEN 'T NOG NIET VERLEERD! OP ÉÉN KOGEL STAAT JOUW NAAM!

LUISTER MAAR NIET NAAR H...

HAD DAN GESCHOTEN!

ZODAT JE MAATS ONS AFSLACHTEN ZEKER? NEE, DANK JE LEKKER!

MAAR VERSPIL JIJ JE TIJD NIET. JIJ HEBT NOG MAAR TWEE DAGEN TE LEVEN! HOOGSTENS!

JIJ HEBT WEL LOL OM MIJ, NIET, BILL?!

ZO! EEN EXTRAATJE... OMDAT JE ZO'N LOL OM ME HEBT.

TWEE DAGEN! HOOR JE DAT? TWEE DAGEN! **HOOGSTENS** !!!

wordt vervolgd

zo wordt elke dag een feestdag

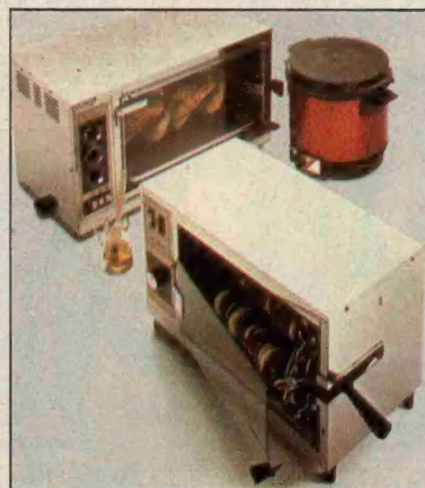
















Feest, kinderarmen om de hals, omhelzingen, vreugde in de ogen en geluk in het hart.

Zoveel heerlijke beelden, uitzonderlijke ogenblikken.

Maar zelfs de mooiste ogenblikken gaan voorbij. Moulinex-geschenken blijven.

Echter, wanneer de herinneringen vervagen, is uw Moulinex-geschenk er nog, degelijk, doeltreffend.

Dus, schenk Moulinex.

Reeds 25 jaar, ontwerpt en vervaardigt MOULINEX huishoudtoestellen, die over de hele wereld met miljoenen worden verkocht. Reeds 25 jaar, werkt MOULINEX aan het welzijn en aan het dagelijkse komfort voor vrouwen. Een dergelijke ervaring vindt men nergens.

Steek een briefje van 20F in een omslag met uw naam en adres en stuur deze aan FRANCIMEX S.A., rue de Namur 87 - 6200 Gosselies - Tel. 071/35.88.85. Per kerende post ontvangt u een prachtig keuken-receptenboekje in kleuren.

Moulinex

DENNIS FRY

VERVOLG VAN BLADZIJDE 21

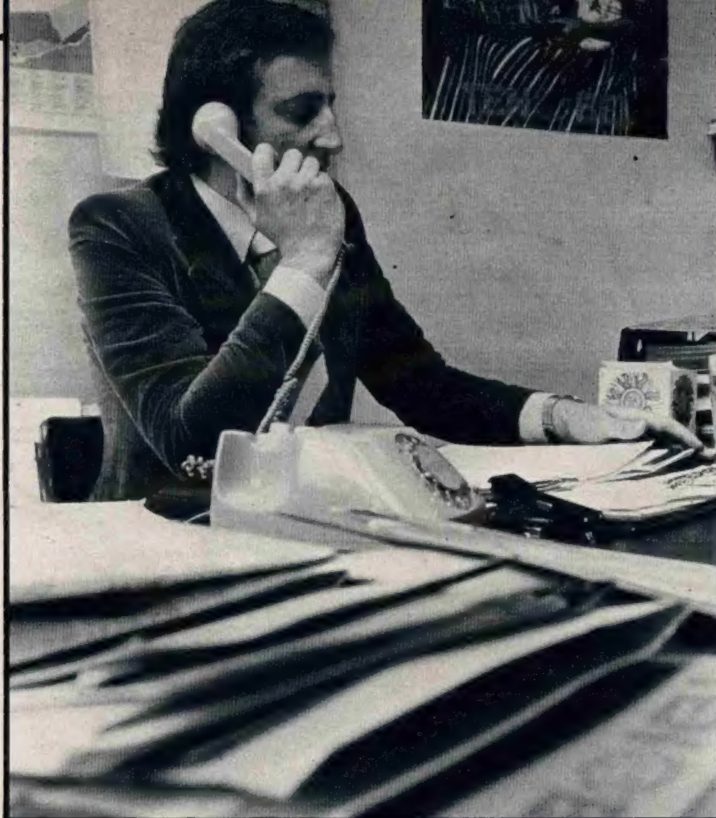
gekozen, heb jij vast wel een theoretische achtergrond. »

« Heb ik ook... maar ik zal je eerlijk bekennen dat ik er niet al te veel nut van heb gehad. Toch zeker niet van de handelsdagschool waar ik tot mijn achttiende heb gezeten. Natuurlijk leerde je daar je talen goed, maar publiciteit werd erg summier gegeven. Er werd wat verteld over copy-writing en etalagetechniek maar bijvoorbeeld marketing werd in het geheel niet gegeven. Dat heb ik wel gehad op de Stedelijke Publiciteitsschool waar je aan de hand van praktijkgevallen kon bestuderen wat er in bepaalde campagnes nu zo succesvol of zo verkeerd is geweest. Daarvan steek je natuurlijk wel het een en ander op, hoewel identieke gevallen in de reclamewereld hoogst zelden voorkomen. Je moet altijd maar afwachten hoe de consument op jouw methode reageert.

» Je hebt tenslotte met mensen te maken en mensen zijn rare wezens... moeilijk om mee om te gaan en tegelijkertijd vreselijk boeiend. Je merkt dat bijvoorbeeld heel duidelijk als je internationaal werkt zoals wij hier doen. We hebben bijvoorbeeld ontdekt dat je je produkt bij de verschillende nationaliteiten in Europa op een andere manier moet verkopen. Om even bij dat vakantiecomplex te blijven : Als we daar in Duitsland reclame voor maken, leggen we vooral het accent op de verschillende sportfaciliteiten. Voor de Fransen leggen we de nadruk op het goede eten, terwijl voor Belgen en Nederlanders het gezellige, knusse en tegelijk praktische van het complex op de voorgrond staat. Da's leuk om met dat soort gegevens te spelen. Daar heb je meer resultaat mee dan met dikke boeken met cijfermateriaal verzameld uit marktonderzoeken. »

« Maar marktonderzoek is toch bijna onmisbaar ? »

« Weet ik ook wel... maar dan alleen marktonderzoek waar je zelf vanaf het begin bij bent. Waar je zelf aan vragen kunt sleutelen, waar je zelf mee kunt helpen uitzoeken welke groepen personen worden ondervraagd en uit welke bevolkingsklassen. Alleen in die marktonderzoeken ben ik geïnteresseerd... die onderzoeken die helemaal op je eigen produkt betrekking hebben. De algemene onderzoekgegevens zijn mij te vaag. »



« Wat doe je nu concreet als je zo'n baan hebt als jij ? »

« Denken, vergelijken, bellen en praten... o ja... en afwachten en hopen. Je komt de dag echt wel door. Als jij nou weggaat begin ik waarschijnlijk met lettertjes plakken. Dan ligt er nog een budget te wachten dat nog becijferd moet worden, dia's voor een folder die moeten worden uitgezocht en... nou ja, van alles en nog wat. Alle mogelijke vormen van publiciteit komen hier binnen en gaan hier de deur uit. Het kunnen brieven zijn aan een geselecteerde groep potentiële klanten, de zogenaamde " direct-mail ", dat kunnen folders zijn, affiches, persmappen, toonbankmateriaal voor wederverkopers, of een nog helemaal niet gerijpt voorstel voor de verkoopdirectie. Van al die verschillende activiteiten krijg je dan de begeleiding... de correctie van het drukwerk, de lay-out, de foto's, de kleuren... met al dat soort dingen hou je je bezig. »

« Vandaar die ervaring waar je het straks over had. »

« Inderdaad, je moet al die verschillende facetten eerst eens apart hebben meegemaakt voordat je erover mee gaat praten. Da's ook wat ik iemand aanraadt die zo'n baan als deze ambiëert. Zoek bij een bedrijf met een kleine eigen reclameafdeling een plaatsje. Kijk goed uit je doppen en probeer van zoveel mogelijk verschillende zaken het fijne te weten te komen.

» Natuurlijk kun je je ook specialiseren... een copy-writer of een vormgever komt makkelijker aan de slag dan een reclameman die niet specifiek met één bepaald vak bezig is, maar alle mogelijke vakken in zich verenigt.

» Wat je maar liever moet vermijden is jezelf het image toeëigenen van de bink die het allemaal wel 'ns even komt vertellen... de man met de geweldige opleiding en de ronkende namen van scholen en professoren die hij allemaal heeft " gedaan "... Ik ken wel van die figuren... die in Amerika voor de universiteit hebben gestaan en hier beweren dat ze er hebben gestudeerd. En dan zijn er nog bedrijven die de verhaaltjes van die mensen slikken en ze koesteren als de Grote Deskundige. »

« Maar er zijn wel mensen in de reclamewereld die werkelijk hun opleiding in Amerika hebben gehad. Heel succesvolle zelfs. »

« Natuurlijk. En ik zal ook de laatste zijn om te ontkennen dat je op dit gebied in Amerika een hoop kunt opsteken. Wat ik alleen wil zeggen is dat een Amerikaanse opleiding niet alleen zaligmakend is... dat je eerst nog maar 'ns moet zien of de in Amerika vergaarde kennis ook hier in Europa bruikbaar is... en in welke vorm.

» Ik ken bijvoorbeeld een methode, een Amerikaanse methode die hier in België is toegepast en die een uiterst verrassend resultaat heeft opgeleverd. Dat ging om een aanbod van drie overhemden voor de prijs van twee. Degenen die op dat aanbod ingingen, kregen echter vier overhemden toegestuurd terwijl de prijs ongewijzigd bleef. Het bedrijf deed dat welbewust want in Amerika had die methode twee reacties opgeleverd : a : die van de eerlijke klant die de fabriek op haar fout wees en dan een briefje van de fabriek terugkreeg dat de klant het vierde hemd mocht houden omdat-ie zo eerlijk was geweest de vergissing door te geven. Die klant verguld en vast bereid volgende keer weer bij die fabriek te bestellen. b : die van de oneerlijke klant die mooi z'n mond dichthield en dacht : nog een keer bij die lui bestellen en hopen dat ze weer een fout maken. Resultaat : klantenbinding.

» Wat schijnt er hier echter in België met dezelfde methodes gebeurd te zijn ? Er komt een derde reactie boven water. De volgende : de klant stuurt de drie aangeboden overhemden terug met een briefje dat-ie van het aanbod afziet en houdt het vierde. Naar verluidt is de fabrikant hier aan die derde reactie failliet gegaan. »

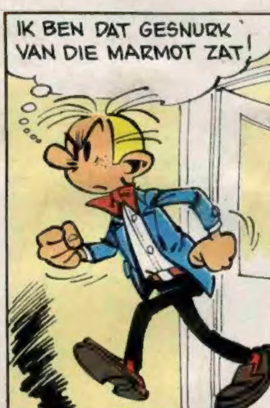
Door reclame in hun hemd gezet.





RUBRIEK KLASSIEK

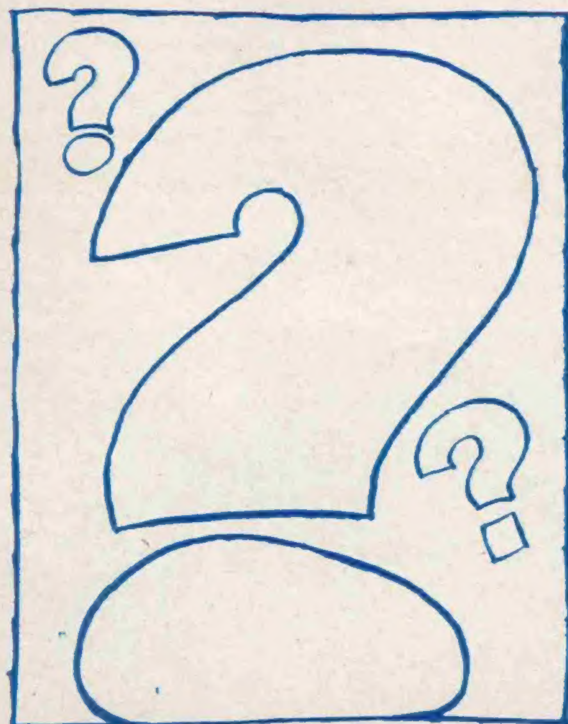












Is de INHOUD van de VOLGENDE ROBBEDOES
nog een hele bende vraagtekens voor je ?
Weet je nu nog niet wat je te wachten staat ?
Dan ben JIJ degene die
we HIER de HELPENDE HAND reiken.
Want volgende week staat je onder andere te wachten

- DE EERSTE VIJF BLADZIJDEN van een NIEUWE GENIALE OLIVIER ! Een VERVOLGVERHAAL ! Waarin ons vaak dwarse genie weer alle registers van z'n kunnen opentrekt. Vanaf volgende week dus : " VERLEDEN VOOR DE KLAS " !
- EEN NIEUWE WAAR GEBEURDE, SPANNENDE EPISODE over de KANAALEILANDEN tijdens de Duitse bezetting. Ditmaal zes bladzijden over : " DE SPIONNEN VAN GUERNESEY " !
- Een compleet verhaal van HARDY plus natuurlijk de verdere avonturen van BAARD EN KALE, JERRY SPRING, de BLAUWBLOEZEN, de MINI-MENSJES, AYMONE en BLUE BIRD.

En wie wat te klagen heeft,
zegt 't maar tegen AGENT 212.
Die is 'r volgende week ook weer bij.

UITGEVERIJ JEAN DUPUIS, N. V. - Industriestraat
Livornostraat 97, 1050 Brussel